

# Peran Pelatihan Kewirausahaan dalam Meningkatkan Kinerja Pedagang Pasar

## *The Role of Entrepreneurship Training in Improving Market Traders' Performance*

Dorotea Sotizunidar Waruwu & Syamsul Hadi\*

Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia, Indonesia

Diterima: 14 Februari 2026; Direview: 23 Maret 2026; Disetujui: 18 April 2026

\*Corresponding Email: [svamsul.hadi@stiepari.ac.id](mailto:svamsul.hadi@stiepari.ac.id)

### Abstrak

Artikel atau tulisan ini bertujuan untuk mendeskripsikan secara mendalam peran pelatihan kewirausahaan dalam meningkatkan kinerja pedagang di Pasar Lanang Ambarawa, Kabupaten Semarang. Masalah difokuskan pada rendahnya kemampuan manajerial dan adaptasi pedagang dalam menghadapi dinamika pasar tradisional. Guna mendekati masalah ini, dipergunakan acuan teori pengembangan kompetensi kewirausahaan dan pola pikir proaktif. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis secara kualitatif dengan pendekatan tematik. Kajian ini menyimpulkan bahwa pelatihan kewirausahaan berperan dalam meningkatkan kemampuan manajemen usaha, pemasaran, inovasi produk, serta kualitas pelayanan pedagang. Pedagang menunjukkan perubahan dalam pengelolaan usaha yang lebih terstruktur, peningkatan interaksi dengan pelanggan, serta kemampuan menyesuaikan produk dengan kebutuhan pasar. Namun, efektivitas pelatihan dipengaruhi oleh dukungan modal, fasilitas pasar, dan pendampingan lanjutan. Penelitian ini memberikan kontribusi pada penguatan model pelatihan kewirausahaan berbasis konteks lokal pasar tradisional.

**Kata Kunci:** Pelatihan Kewirausahaan; Kinerja Pedagang; Pasar Tradisional; Kompetensi Manajerial; Inovasi Produk.

### Abstract

*This article aims to provide an in-depth description of the role of entrepreneurship training in improving the performance of traders at Pasar Lanang Ambarawa, Semarang Regency. The study focuses on the limited managerial capacity and adaptability of traders in responding to traditional market dynamics. To address this issue, it applies theories of entrepreneurial competence development and a proactive mindset. Data were collected through interviews, observations, and documentation, and analysed qualitatively using a thematic approach. The findings indicate that entrepreneurship training enhances business management, marketing, product innovation, and service quality. Traders demonstrate more structured business practices, improved customer interaction, and better adaptation to market demand. However, the effectiveness of training is influenced by capital support, market facilities, and continuous mentoring. This study contributes to strengthening a context-based entrepreneurship training model for traditional market traders.*

**Keywords:** Entrepreneurship Training; Trader Performance; Traditional Market; Managerial Competence; Product Innovation.

**How to Cite:** Waruwu, D.S., & Hadi, S. (2026). Peran Pelatihan Kewirausahaan dalam Meningkatkan Kinerja Pedagang Pasar. *Journal of Education, Humanities and Social Sciences (JEHSS)*. 8 (4): 1669-1675.



## PENDAHULUAN

Perubahan lingkungan ekonomi global menuntut pelaku usaha skala kecil mampu bertindak secara adaptif, inovatif, dan kompetitif agar dapat meningkatkan kinerja usaha mereka dalam menghadapi tantangan persaingan pasar yang semakin ketat. Perubahan tersebut dipicu oleh penetrasi teknologi digital, pola konsumsi masyarakat yang dinamis, serta tekanan persaingan dengan produk modern dan ritel modern yang semakin kuat (Kotler, P., & Keller, 2016). Di era ekonomi yang semakin kompetitif, pelaku usaha harus menguasai keterampilan tidak hanya dalam operasional harian, tetapi juga dalam aspek perencanaan, pemasaran, dan pengembangan usaha jangka panjang. Di sisi lain, pasar tradisional sebagai salah satu pusat aktivitas ekonomi lokal memiliki peran penting dalam menopang perekonomian masyarakat, khususnya pedagang pasar yang merupakan salah satu basis ekonomi rakyat. Namun, dalam praktiknya, pedagang pasar sering menghadapi keterbatasan kemampuan manajerial, pemasaran, inovasi produk, serta perencanaan usaha yang berdampak pada rendahnya produktivitas dan kinerja usaha (Tresnawati & Rahayu, 2023).

Kondisi yang terjadi di Pasar Lanang Ambarawa menunjukkan berbagai kendala yang dihadapi oleh pedagang, seperti rendahnya keterampilan kewirausahaan, lemahnya pemahaman terhadap riset pasar, serta kurang optimalnya strategi penjualan. Kondisi ini berimplikasi pada rendahnya pendapatan, daya saing yang kurang kuat, serta keterbatasan kemampuan pedagang dalam mengembangkan usahanya. Hal ini menunjukkan kebutuhan akan intervensi pelatihan kewirausahaan sebagai upaya untuk memberikan keterampilan yang relevan agar pedagang mampu meningkatkan kualitas dan kinerja usaha mereka (Gulo & Hadi, 2024).

Pelatihan kewirausahaan secara teoritis merupakan salah satu upaya strategis untuk membangun kompetensi kewirausahaan, termasuk pemikiran inovatif, kemampuan adaptasi, serta keterampilan dalam pengambilan keputusan operasional maupun strategis (Cholis et al., 2023). Perspektif kewirausahaan mencakup kemampuan dalam pengambilan risiko, pengembangan kreativitas, perencanaan usaha, serta pengelolaan sumber daya yang efektif dan efisien, yang secara kolektif dapat meningkatkan daya tanggap pedagang terhadap peluang dan tantangan pasar (Hutasuhut, 2022). Melalui pelatihan yang sistematis dan terarah, pedagang diharapkan mampu mengembangkan pemahaman baru tentang pemasaran digital, segmentasi pasar, manajemen finansial mikro, serta strategi inovatif lain yang relevan untuk meningkatkan kinerja usaha mereka.

Pelatihan kewirausahaan juga menjadi faktor penting dalam pembangunan kompetensi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), karena dapat meningkatkan motivasi, keterampilan manajerial, serta kemampuan pedagang dalam mengelola bisnis secara efektif sehingga berdampak pada peningkatan produktivitas usaha (Suminar et al., 2021). Hasil penelitian di Kota Ambon menunjukkan bahwa pelatihan dan bimbingan kewirausahaan memberikan dampak positif dan signifikan terhadap kinerja pelaku UMKM, dimana semakin tinggi intensitas pelatihan yang diterima, semakin baik pula kinerja usaha yang dihasilkan (Bismala, 2017). Namun, beberapa studi lain menunjukkan bahwa pelatihan kewirausahaan saja belum cukup signifikan meningkatkan kinerja UMKM apabila tidak disertai dukungan aspek lain seperti inovasi produk, akses permodalan, serta jaringan pasar (Riyanto et al., 2024). Kesenjangan hasil temuan ini menunjukkan bahwa hubungan antara pelatihan kewirausahaan dan kinerja usaha masih memerlukan kajian empiris yang lebih spesifik sesuai konteks lokal setiap komunitas usaha.

Selain itu, kajian terdahulu juga menunjukkan bahwa kompetensi kewirausahaan dapat memengaruhi kemampuan manajerial pedagang, yang kemudian berimplikasi pada produktivitas usaha dan kemampuan pedagang dalam bersaing di pasar tradisional. Sebuah studi review juga menegaskan bahwa pelatihan kewirausahaan mampu memperkuat keterampilan entrepreneur dan menghasilkan dampak positif terhadap prestasi usaha melalui peningkatan kemampuan inovasi dan adaptasi terhadap dinamika pasar (Supardal et al., 2014). Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa pelatihan kewirausahaan merupakan variabel penting yang perlu diteliti lebih lanjut dalam konteks pedagang pasar tradisional, khususnya untuk memahami seberapa

besar kontribusi pelatihan dalam mendorong transformasi perilaku usaha tradisional menuju praktik kewirausahaan yang lebih kompetitif.

Meskipun berbagai penelitian telah mengkaji hubungan antara pelatihan kewirausahaan dan kinerja usaha, sebagian besar penelitian tersebut masih berfokus pada UMKM secara umum dan menggunakan pendekatan kuantitatif. Namun, penelitian sebelumnya belum banyak mengungkap secara mendalam bagaimana proses pelatihan kewirausahaan diimplementasikan dan dimaknai oleh pedagang pasar tradisional dalam konteks lokal, serta bagaimana pelatihan tersebut memengaruhi perubahan perilaku usaha secara nyata. Dengan demikian, terdapat kesenjangan penelitian (research gap) pada aspek pemahaman kontekstual dan prosedural mengenai efektivitas pelatihan kewirausahaan di lingkungan pasar tradisional.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini memiliki kebaruan (novelty) dalam menggali secara kualitatif pengalaman pedagang pasar tradisional dalam mengikuti pelatihan kewirausahaan serta mengidentifikasi bagaimana pelatihan tersebut berkontribusi terhadap perubahan kinerja usaha secara nyata dalam konteks lokal Pasar Lanang Ambarawa. Penelitian ini tidak hanya menilai hasil, tetapi juga menelaah proses adaptasi, penerapan keterampilan, serta faktor pendukung dan penghambat implementasi pelatihan.

Mengingat pentingnya pelatihan kewirausahaan sebagai salah satu instrumen pembangunan kapasitas pedagang serta masih adanya variasi temuan dalam penelitian sebelumnya, penelitian ini mengambil fokus pada peran pelatihan kewirausahaan dalam meningkatkan kinerja pedagang di Pasar Lanang Ambarawa, Kabupaten Semarang. Fokus kajian ini didasari oleh kebutuhan untuk memahami secara empiris bagaimana pelatihan kewirausahaan dapat menjadi salah satu solusi dalam meningkatkan kinerja pedagang pasar tradisional yang menghadapi tekanan kompetisi yang semakin kompleks.

Tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Mendeskripsikan peran pelatihan kewirausahaan terhadap peningkatan kinerja pedagang di Pasar Lanang Ambarawa secara deskriptif,
2. Mengidentifikasi aspek-aspek pelatihan yang memberikan kontribusi signifikan dalam peningkatan kinerja usaha pedagang pasar tradisional, serta
3. Memberikan rekomendasi strategis bagi pemangku kepentingan dalam merancang program pelatihan yang lebih efektif dan kontekstual sesuai kebutuhan pedagang pasar tradisional.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk memahami secara mendalam peran pelatihan kewirausahaan dalam meningkatkan kinerja pedagang di Pasar Lanang Ambarawa, Kabupaten Semarang. Pendekatan ini dipilih untuk menggali pengalaman pedagang, proses penerapan keterampilan, serta konteks lokal yang memengaruhi efektivitas pelatihan (Creswell, 2018).

### **Subjek dan Informan Penelitian**

Subjek penelitian adalah pedagang aktif yang pernah mengikuti pelatihan kewirausahaan. Informan dipilih secara purposive dengan kriteria: (1) telah berjualan minimal 1 tahun, (2) pernah mengikuti pelatihan kewirausahaan, dan (3) bersedia menjadi informan. Penelitian melibatkan 15 pedagang sebagai informan utama, serta didukung oleh fasilitator pelatihan dan pengelola pasar untuk memperkaya perspektif.

Sebanyak 15 pedagang dipilih sebagai informan utama. Selain pedagang, peneliti juga mewawancarai beberapa pengelola pasar dan fasilitator pelatihan untuk memperoleh perspektif yang lebih luas tentang efektivitas program pelatihan dan dampaknya terhadap kinerja pedagang.

Tabel 1. Daftar Informan Penelitian

No	Informan	Jabatan/Peran	Lama Berjualan	Partisipasi Pelatihan	Keterangan
1	Ibu A	Pedagang sayur	5 tahun	2 kali pelatihan	Aktif di kelompok pedagang
2	Bapak B	Pedagang ikan	3 tahun	1 kali pelatihan	Baru mengikuti pelatihan pertama kali
3	Ibu C	Pedagang kue	7 tahun	3 kali pelatihan	Memiliki omzet harian menengah
4	Bapak D	Fasilitator	-	-	Membimbing pedagang selama pelatihan
5	Ibu E	Pengelola Pasar	-	-	Mengawasi implementasi pelatihan di pasar

Data dikumpulkan melalui tiga teknik utama, yaitu wawancara mendalam untuk menggali pengalaman dan persepsi informan, observasi partisipatif untuk melihat langsung penerapan keterampilan di lapangan, serta dokumentasi berupa materi pelatihan dan catatan kegiatan.

### Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui kombinasi metode triangulasi untuk memperoleh informasi yang valid dan menyeluruh:

1. Wawancara mendalam (*in-depth interview*)  
Dilakukan dengan pedagang, pengelola pasar, dan fasilitator pelatihan untuk memperoleh informasi mengenai pengalaman pelatihan, keterampilan yang diperoleh, dan dampak terhadap pengelolaan usaha.
2. Observasi partisipatif  
Peneliti hadir secara langsung di pasar untuk mengamati aktivitas sehari-hari pedagang, terutama penerapan keterampilan kewirausahaan yang diperoleh dari pelatihan, termasuk inovasi produk, interaksi dengan pelanggan, dan strategi pemasaran.
3. Dokumentasi  
Meliputi materi pelatihan, catatan administrasi peserta, laporan kegiatan, dan foto atau video aktivitas pasar yang relevan.

Tabel 2. Daftar Pertanyaan Wawancara Utama

No	Variabel	Pertanyaan Wawancara
1	Pelatihan Kewirausahaan	Bagaimana pengalaman Anda mengikuti pelatihan kewirausahaan?
2	Pelatihan Kewirausahaan	Materi atau keterampilan apa yang paling bermanfaat bagi usaha Anda?
3	Pelatihan Kewirausahaan	Seberapa sering dan lama Anda mengikuti pelatihan?
4	Kinerja Pedagang	Bagaimana pelatihan tersebut membantu meningkatkan omzet atau produktivitas usaha?
5	Kinerja Pedagang	Apakah ada perubahan dalam cara Anda mengelola usaha setelah pelatihan?
6	Kinerja Pedagang	Apakah Anda menerapkan inovasi produk atau strategi pemasaran baru?
7	Kinerja Pedagang	Apa tantangan yang Anda hadapi dalam menerapkan hasil pelatihan?
8	Fasilitator / Pengelola	Bagaimana evaluasi efektivitas pelatihan dari sisi penyelenggara?
9	Fasilitator / Pengelola	Apakah ada rekomendasi untuk meningkatkan kualitas pelatihan bagi pedagang?

### Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan analisis tematik dengan mengelompokkan data berdasarkan tema utama, seperti materi pelatihan, penerapan keterampilan, dan perubahan kinerja usaha. Untuk menjaga keabsahan data, digunakan triangulasi sumber dengan membandingkan informasi dari pedagang, fasilitator, dan pengelola pasar.



Metode ini memungkinkan peneliti memahami secara komprehensif hubungan antara pelatihan kewirausahaan dan kinerja pedagang, serta mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat dalam implementasinya (Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, 2019).

Metode kualitatif ini memungkinkan peneliti untuk memahami proses adaptasi pedagang terhadap pelatihan, implementasi keterampilan kewirausahaan di pasar, serta kendala dan peluang yang muncul, sehingga dapat menjadi dasar perbaikan program pelatihan yang lebih efektif dan kontekstual di masa mendatang.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan secara mendalam peran pelatihan kewirausahaan dalam meningkatkan kinerja pedagang di Pasar Lanang Ambarawa, Kabupaten Semarang. Hasil penelitian disajikan berdasarkan dua fokus utama, yaitu pengalaman pedagang dalam mengikuti pelatihan kewirausahaan serta pengaruhnya terhadap kinerja usaha dalam konteks pasar tradisional. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti tidak hanya mengidentifikasi perubahan yang terjadi, tetapi juga memahami proses dan alasan di balik perubahan tersebut.

### 1. Pengalaman Pedagang dan Keterampilan yang Diperoleh dari Pelatihan Kewirausahaan

Hasil wawancara dan observasi menunjukkan bahwa pelatihan kewirausahaan memberikan perubahan mendasar pada cara pedagang memahami dan mengelola usaha. Sebelum pelatihan, pedagang cenderung menggunakan pendekatan berbasis pengalaman (*trial and error*), tanpa perencanaan yang sistematis. Setelah mengikuti pelatihan, terjadi pergeseran menuju pola pikir yang lebih terstruktur dan rasional dalam pengambilan keputusan usaha.

Sebagaimana disampaikan oleh salah satu informan:

"Sebelum ikut pelatihan, saya hanya menata dagangan sesuai kebiasaan. Sekarang saya mencatat penjualan harian dan membuat daftar stok..." (Informan 1, Ibu A)

Perubahan ini menunjukkan adanya transformasi dari mindset tradisional menuju entrepreneurial mindset, di mana pelaku usaha mulai mengadopsi prinsip efisiensi, perencanaan, dan evaluasi. Secara teoritis, hal ini sejalan dengan konsep entrepreneurial competence, yang menekankan pentingnya kemampuan manajerial, inovasi, dan pengambilan keputusan dalam meningkatkan kinerja usaha (Hutasuhut, 2022).

Lima keterampilan utama yang diperoleh pedagang tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga membentuk pola pikir baru:

1. Manajemen usaha tidak hanya meningkatkan keteraturan operasional, tetapi juga memungkinkan pedagang melakukan pengambilan keputusan berbasis data. Hal ini menjelaskan *mengapa* pedagang menjadi lebih efisien, karena mereka mampu mengontrol stok dan mengurangi kerugian akibat kelebihan atau kekurangan barang.
2. Pemasaran dan promosi melalui media digital menunjukkan proses adaptasi terhadap perubahan perilaku konsumen. Temuan ini menjelaskan *bagaimana* pelatihan mendorong pedagang untuk memperluas pasar, bukan hanya bergantung pada pembeli yang datang langsung.
3. Inovasi produk muncul sebagai respons terhadap kebutuhan pasar, namun terbatas oleh sumber daya. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi tidak hanya dipengaruhi oleh pelatihan, tetapi juga oleh faktor eksternal seperti modal dan preferensi konsumen.
4. Pelayanan pelanggan berkembang karena adanya pemahaman bahwa kepuasan pelanggan berkontribusi pada loyalitas. Ini menunjukkan internalisasi konsep nilai pelanggan (*customer value*).
5. Pengelolaan keuangan memungkinkan pedagang memahami kondisi usaha secara lebih objektif, sehingga keputusan menjadi lebih terarah.

Temuan ini sejalan dengan penelitian (Fatmawati & Sulisty, 2022) yang menyatakan bahwa pelatihan meningkatkan kompetensi manajerial pedagang. Namun, penelitian ini memberikan temuan yang lebih mendalam bahwa perubahan tidak hanya terjadi pada keterampilan, tetapi juga



pada pola pikir dan cara pandang terhadap usaha, yang sebelumnya belum banyak diungkap dalam studi kuantitatif.

Di sisi lain, temuan ini juga menguatkan sekaligus melengkapi penelitian (Handayani, R., & Santoso, 2021) Dengan menunjukkan bahwa keberhasilan pelatihan sangat bergantung pada konteks lokal. Hambatan yang diungkapkan oleh Ibu C terkait keterbatasan modal menunjukkan bahwa transfer pengetahuan tidak selalu berbanding lurus dengan implementasi.

Dengan demikian, novelty penelitian ini terletak pada penjelasan proses transformasi perilaku pedagang secara kontekstual, bukan sekadar hubungan antara pelatihan dan kinerja.

## **2. Pengaruh Pelatihan terhadap Kinerja Pedagang**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelatihan kewirausahaan berkontribusi terhadap peningkatan kinerja pedagang, terutama dalam aspek adaptasi pasar, inovasi, dan pelayanan. Namun, peningkatan ini tidak terjadi secara instan, melainkan melalui proses pembelajaran dan penerapan bertahap.

Sebagaimana diungkapkan oleh informan:

*"Setelah pelatihan, saya mulai mencoba membuat varian baru kue..."* (Informan 3, Ibu C)

Pernyataan ini menunjukkan bahwa pelatihan berfungsi sebagai pemicu perubahan perilaku (behavioral trigger) yang kemudian mendorong tindakan nyata dalam usaha.

Secara analitis, peningkatan kinerja dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kemampuan adaptasi pasar meningkat karena pedagang mulai memahami pentingnya membaca kebutuhan konsumen. Hal ini sesuai dengan teori kewirausahaan yang menekankan kemampuan mengenali peluang sebagai kunci keberhasilan usaha.
2. Inovasi produk tidak hanya meningkatkan variasi, tetapi juga menjadi strategi diferensiasi. Namun, penelitian ini menemukan bahwa inovasi di pasar tradisional cenderung bersifat incremental (bertahap), bukan radikal, karena keterbatasan sumber daya.
3. Kualitas pelayanan meningkat karena adanya perubahan orientasi dari sekadar transaksi menjadi hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Temuan ini sejalan dengan (Rahayu, 2015) Yang menunjukkan bahwa pelatihan meningkatkan performa usaha melalui inovasi dan manajemen. Namun, penelitian ini juga menemukan bahwa peningkatan kinerja sangat dipengaruhi oleh faktor eksternal, sehingga memperkuat temuan (Riyanto et al., 2024) Bahwa pelatihan tidak cukup tanpa dukungan ekosistem usaha.

Perbedaan penting dari penelitian sebelumnya adalah bahwa penelitian ini menunjukkan *bagaimana* pelatihan bekerja dalam praktik, yaitu melalui perubahan perilaku, bukan hanya peningkatan indikator kinerja. Dengan demikian, penelitian ini memberikan pemahaman bahwa keberhasilan pelatihan bersifat prosedural dan kontekstual, bukan hanya hasil akhir.

Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa keberadaan kelompok pedagang dan interaksi sosial di pasar menjadi faktor penting dalam mempercepat adopsi keterampilan. Hal ini menunjukkan bahwa pembelajaran tidak hanya terjadi dalam pelatihan formal, tetapi juga melalui learning by interaction, yang menjadi temuan penting dalam konteks pasar tradisional.

### **Sintesis Pembahasan**

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa pelatihan kewirausahaan berperan sebagai katalis dalam meningkatkan kinerja pedagang melalui tiga mekanisme utama, yaitu:

- 1) Perubahan pola pikir kewirausahaan,
- 2) Peningkatan keterampilan praktis, dan
- 3) Adaptasi terhadap dinamika pasar.

Namun, efektivitas pelatihan sangat bergantung pada dukungan lingkungan, seperti akses modal, fasilitas pasar, dan keberlanjutan program pendampingan.

Temuan ini memberikan kontribusi baru bahwa pelatihan kewirausahaan di pasar tradisional tidak hanya berfungsi sebagai transfer pengetahuan, tetapi juga sebagai proses transformasi perilaku yang dipengaruhi oleh konteks sosial dan ekonomi lokal. Oleh karena itu,

pendekatan pelatihan yang bersifat kontekstual dan berkelanjutan menjadi kunci dalam meningkatkan kinerja pedagang secara optimal.

## SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa pelatihan kewirausahaan berperan sebagai mekanisme penting dalam meningkatkan kinerja pedagang pasar tradisional melalui perubahan pola pikir kewirausahaan, peningkatan keterampilan manajerial, serta kemampuan adaptasi terhadap dinamika pasar. Temuan ini menegaskan bahwa pelatihan tidak hanya berfungsi sebagai transfer pengetahuan, tetapi juga sebagai proses transformasi perilaku usaha yang kontekstual. Secara teoretis, penelitian ini memberikan kontribusi dengan memperkuat pemahaman bahwa efektivitas pelatihan kewirausahaan bersifat prosedural dan dipengaruhi oleh interaksi antara kompetensi individu dan lingkungan usaha. Secara praktis dan kebijakan, hasil penelitian ini mengimplikasikan bahwa program pelatihan kewirausahaan perlu dirancang secara berkelanjutan, kontekstual, serta didukung oleh akses permodalan, fasilitas pasar, dan pendampingan lanjutan agar mampu menghasilkan peningkatan kinerja pedagang secara optimal dan berkelanjutan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bismala, L. (2017). Model Manajemen Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Efektivitas Usaha Kecil dan Menengah. *Jurnal Entrepreneur Dan Entrepreneurship*, 5(1), 19–26. <https://doi.org/10.37715/jee.v5i1.383>
- Cholis, M. N., Rahayu, E., Apriliyani, R., Widagdo, S., & Yuliamir, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Hotel dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Noormans Semarang. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 19(2), 121–138. <https://doi.org/10.56910/gemawisata.v19i2.317>
- Creswell, J. W. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*.
- Fatmawati, I., & Sulisty, A. (2022). Peningkatan Daya Saing Objek Wisata Berbasis Masyarakat melalui Strategi Digital Marketing. *JPPM (Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 6(2), 383. <https://doi.org/10.30595/jppm.v6i2.12400>
- Gulo, T., & Hadi, S. (2024). ANALISIS PENERAPAN AKUNTANSI KEUANGAN PADA USAHA TOKOBAJU KECAMATAN BERGAS, KABUPATEN SEMARANG. 18, 200–210. <https://doi.org/10.19184/jpe.v18i1.47033>
- Handayani, R., & Santoso, D. (2021). Pengembangan Inovasi Produk Kuliner Sebagai Strategi Peningkatan Daya Tarik Destinasi Wisata Kabupaten Semarang. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 10(1), 30–41.
- Hutasuhut, S. (2022). ... - EFFICACY, PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN, BUDAYA DAN KARAKTERISTIK DEMOGRAFI PADA ORIENTASI DAN INTENSI KEWIRAUSAHAAN MAHASISWA. <http://digilib.unimed.ac.id/id/eprint/52823>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2019). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook*.
- Rahayu, A. Y. S. (2015). *Manajemen Perubahan dan Inovasi*. UI- Press.
- Riyanto, M., Daffa, M. A., Ramadhan, R., Rahma, A., & Arifin, Q. K. (2024). Harga Pokok Produksi dengan Metode Full Costing pada UMKM 4K Canteen & Kost. *Value : Journal of Management and Business*, 8(2), 51–65. <https://doi.org/10.35706/value.v8i2.11175>
- Suminar, T., Arbarini, M., Shofwan, I., & Loretha, A. (2021). Management of the entrepreneurship training program in the literacy village. In *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management* (pp. 3523–3530). [https://api.elsevier.com/content/abstract/scopus\\_id/85114214786](https://api.elsevier.com/content/abstract/scopus_id/85114214786)
- Supardal, S., Utami, S., & Winarti, S. E. (2014). Manajemen ukm berbasis jejaring produk sejenis dalam rangka menghadapi pasar global. *Jurnal Siasat Bisnis*, 17(2), 251–264. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol17.iss2.art9>
- Tresnawati, S. N., & Rahayu, R. A. (2023). Pengelolaan Keuangan : Perspektif Pedagang Suku Jawa. *Jurnal Politeknik Caltex Riau*, 16(2), 265–274.