

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Saat ini masyarakat utamanya masyarakat desa memandang jika kota lebih menjanjikan daripada di Desa. Kota seolah-olah mempunyai kekuatan besar yang menarik penduduk desa, sehingga terjadi perpindahan penduduk dari desa ke kota, kondisi tersebut dalam urbanisasi dikenal dengan teori faktor pendorong dan faktor penarik. Akan tetapi pada kenyataannya kota tidak selalu seperti apa yang diharapkan oleh masyarakat. Banyak tenaga kerja yang tidak bisa sepenuhnya ditampung oleh sektor formal sehingga tenaga kerja tersebut melanjutkan hidupnya dengan memilih sektor informal atau kewirausahaan. Sektor informal merupakan suatu usaha yang masih kecil maka modal yang dibutuhkan juga kecil bahkan sistem pengolahannya juga masih sederhana.¹

Sektor informal yang saat ini banyak digeluti oleh masyarakat adalah pedagang kaki lima (PKL). Dalam peraturan presiden Nomor 135 Tahun 2012, pedagang kaki lima yang disingkat PKL adalah pelaku usaha yang melakukan usaha perdagangan dengan menggunakan sarana usaha bergerak maupun tidak bergerak, menggunakan prasarana kota, fasilitas sosial, fasilitas umum, lahan, dan bangunan milik pemerintah atau swasta yang bersifat sementara atau tidak menetap.²

¹Kusnanto Darmawan, Sukma Irdiana, dan Kurniawan Yunus Ariyono, “Strategi Peningkatan Pendapatan Pedagang Kaki Lima Di Masa Pandemi Covid”, *Jurnal Inovasi Penelitian*, Vol.2 No.9 (Februari 2022)), 2981

²David Cardona, *Strategi Komunikasi Pembangunan Dalam Penataan Pedagang Kaki Lima*, (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2020),32

Banyaknya keresahan sosial akibat langkanya peluang kerja dapat diredam dengan adanya sector informal seperti adanya pedagang kaki lima (PKL) ini. Selaiitu, adanya pedagang kaki lima juga menguntungkan pemerintah karena ternyata PKL bisa membantu meningkatkan pendapatan pemerintah daerah dan mendukung usaha pemberantas kemiskinan di daerah perkotaan serta membuka kesempatan kerja seluas-luasnya. Akan tetapi, jumlah pedagang kaki lima semakin hari semakin meningkat pesat. Peningkatan jumlah pedagang kaki lima ini tentu saja membuat persaingan usaha antar pedagang kaki lima semakin meningkat pula. Hal ini membuat para pedagang harus mampu merancang dan menerapkan strategi yang tepat agar mampu menjual produknya ditengah persaingan-persaingan yang ada.³

Strategi menurut Basu Swastha adalah suatu rencana yang digunakan untuk mencapai suatu tujuan. Strategi bisnis adalah upaya perusahaan dalam mengambil kebijakan dan pedoman yang memiliki komitmen dan tindakan yang terintegrasi serta dirancang untuk membangun keunggulan dalam persaingan bisnis untuk memenuhi dan mencapai tujuan bisnis.⁴ Ketika sudah memilih untuk berkecimpung dalam dunia usaha maka siap tidak siap persaingan tersebut harus dihadapi. Persaingan dalam dunia bisnis tidak hanya dirasakan oleh perusahaan-perusahaan besar saja, namun usaha-usaha kecil juga merasakan hal yang sama khususnya pedagang kaki lima (PKL).⁵

³David Cardona, *Strategi Komunikasi Pembangunan Dalam Penataan Pedagang Kaki Lima*, (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2020),33

⁴ Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty, 1997), 67.

⁵ Ibid, 67

Di Kota Pamekasan perkembangan jumlah pedagang kaki lima semakin meningkat. Di sepanjang trotoar jalan perkotaan sudah mulai dipenuhi oleh pedagang kaki lima (PKL). Salah satu pusat pedagang kaki lima dalam bidang kuliner yaitu berada di kawasan sae salera di Jalan niaga. Sebagian besar masyarakat sudah menyadari bahwa di Jalan Niaga Kawasan Sae Salera terkenal dengan ramainya pedagang kaki lima yang memenuhi hampir seluruh trotoar jalan niaga. Dari berbagai sudut di jalan niaga pengunjung dapat dengan mudah memilih kuliner ayam, bebek, burung, sampai ikan laut dengan berbagai olahan, seperti digoreng, dibakar, disate, dan dikuahi serta masih banyak lagi kuliner yang lain.⁶

Di tempat ini para pengunjung bisa makan di tempat bersama dengan keluarga, kerabat, maupun teman-temannya karena meskipun tempatnya dipinggir jalan tetapi setiap pedagang yang berjualan di sana tetap memperhatikan kebersihan tempat yang mereka gunakan untuk berdagang. Tempat yang ditempati oleh setiap pedagang cukup luas dan juga di atasnya dilengkapi dengan atap dari terpal sehingga pengunjung tidak akan kehujanan.⁷

Para pedagang kaki lima Biasanya berjualan mulai dari pukul 16.00 sampai pukul 02.00 dini hari tergantung keinginan setiap pedagang.⁸ Makanan atau kuliner yang dijual pun bermacam-macam diantaranya sate, lalapan, bakaran, bihun, golem, mie goreng, nasi goreng dan beberapa kuliner lainnya. Berikut jumlah pedagang kaki lima di Jalan Niaga kawasan sae salera Kota Pamekasan.⁹

⁶Hasil Observasi 20 Oktober 2022 pukul 20.19

⁷Hasil Observasi 20 Oktober 2022 pukul 20.20

⁸ Asnawi, Pedagang Kaki Lima di Jalan Niaga, wawancara langsung (20 Oktober 2022)

⁹Hasil Observasi 20 Oktober 2022 pukul 20.20

Tabel 1.1

Jumlah pedagang kaki lima

No	Nama Kuliner	Jumlah Pedagang
1.	Lalapan (Ayam, Burung dara, bebek, dan ikan laut)	13 pedagang
2.	Sate	16 pedagang
3.	Nasi dan mie goreng	3 pedagang
4.	Gulai Kambing	2 Pedagang
Total PKL		34 Pedagang

Sumber : Hasil Observasi

Berdasarkan tabel di atas jumlah pedagang kaki lima yang berada di Jalan Niaga Kawasan Sae Salera sebanyak kurang lebih 34 pedagang. 13 pedagang menjual kuliner yang sama yaitu Lalapan, 16 pedagang menjual kuliner yang sama yaitu sate madura, 3 orang pedagang menjual kuliner yang sama yaitu nasi dan mi goreng, dan 2 orang pedagang menjual kuliner yang sama yaitu gule. Jarak antara satu pedagang yang satu dengan yang pedagang lainnya saling berdekatan dan makanan yang dijual juga sejenis, hal ini tentu menyebabkan persaingan yang semakin ketat.

Bisnis besar maupun bisnis yang kecil memang tidak dapat dipisahkan dengan yang namanya persaingan. Semakin banyaknya pedagang yang menjual produk sejenis akan membuat persaingan semakin ketat, tidak hanya itu saja semakin banyaknya pedagang yang menempati suatu wilayah yang sama juga akan memperketat persaingan.¹⁰ Namun harus disadari bahwa yang menjadi

¹⁰Isty Evrilia Rahayu, “Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kaki Lima Di Alun-Alun Ponorogo”. (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2020)

pesaing tidak hanya pedagang-pedagang kecil yang berada di lingkup Jalan Niaga saja, tapi juga pedagang yang berada diluar lingkup tersebut.

Saat ini tingkat keramaian dan eksistensi dari Jalan Niaga Kawasan Sae Salera mulai menurun. Menurut salah satu narasumber yaitu Pak Narah penjual sate madura, tutur beliau bahwa saat ini Jalan Niaga Kawasan Sae Salera semakin sepi tidak seperti tahun-tahun sebelumnya.¹¹Sama dengan hasil observasi dari peneliti bahwa beberapa pedagang justru hanya duduk-duduk santai karena sepi tidak ada pembeli.Hal itu juga akan mempengaruhi tingkat pendapatan para pedagang.

Saat ini diKota Pamekasan sudah banyak dibuka tempat makan yang lebih besar, lebih estetik sesuai keinginan anak muda zaman sekarang, dan juga ada banyak rumah makan yang menyediakan banyak pilihan menu. Jika hal tersebut terus berlangsung maka minat masyarakat untuk membeli makanan di Jalan niaga akan semakin menurun karena akan tergantikan oleh tempat lainnya, maka hal ini akan berdampak kurang baik untuk kelangsungan usaha pedagang tersebut, maka dari itu penting bagi pedagang kaki lima untuk memikirkan kembali bagaimana strategi dalam mengembangkan bisnisnya agar terus dapat diminati oleh masyarakat walaupun banyak persaingan-persaingan yang semakin ketat.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk meneliti“**Strategi Pedagang Kaki Lima Di Jalan Niaga Dalam Menghadapi Persaingan**

¹¹Pak Narah, Pedagang Kaki Lima di Jalan Niaga, wawancara langsung (02 oktober 2022)

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian di atas, peneliti menemukan beberapa fokus penelitian, di antaranya adalah:

1. Bagaimana Strategi Persaingan Bisnis Pedagang Kaki Lima di Jalan Niaga Kabupaten Pamekasan?
2. Apa saja kendala yang dihadapi oleh pedagang kaki lima di Jalan Niaga Kabupaten Pamekasan?

C. Tujuan Penelitian.

Berdasarkan fokus penelitian di atas, peneliti ingin mencapai beberapa tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Strategi Persaingan Bisnis Pedagang Kaki Lima di Jalan Niaga Kabupaten Pamekasan
2. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi pedagang kaki lima di Jalan Niaga Kabupaten Pamekasan

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini ada dua yaitu secara teoritis maupun secara praktis. Secara teoritis, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Strategi Pedagang Kaki Lima Dalam Menghadapi Persaingan. Secara praktis hasil dari temuan di lapangan nantinya dapat memberikan informasi, sekaligus memberikan acuan dan pengetahuan pada semua kalangan, diantaranya.

1. Bagi peneliti

Penelitian ini merupakan proses untuk mengetahui Strategi Persaingan Bisnis Pedagang Kaki Lima di Jalan Niaga. Selain itu juga untuk mengembangkan

ilmu pengetahuan, memperluas wawasan serta dapat meningkatkan kemampuan berpikir secara logis. Juga untuk memenuhi persyaratan akademis dalam menyelesaikan pendidikan Strata 1 program studi Ekonomi Syariah.

2. Bagi IAIN Madura

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan referensi pustakaan yang memberikan informasi dan wawasan bagi mahasiswa serta menjadi acuan mahasiswa dan mahasiswi lainnya didalam penelitian selanjutnya.

3. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan bagi masyarakat dalam melakukan kegiatan usaha khususnya bagi pedagang kaki lima untuk menghadapi persaingan usaha.

E. Definisi Istilah

Sebagai kerangka awal untuk mendapatkan gambaran yang jelas dan memudahkan dalam memahami penelitian ini maka diperlukan uraian-uraian terhadap penegasan atau makna dari beberapa istilah yang terkait dengan penelitian ini. Penelitian ini berjudul “Strategi Persaingan Bisnis Pedagang Kaki Lima di Jalan Niaga”

Ada beberapa istilah yang peneliti definisikan dalam penelitian ini untuk menghindari kesalahpahaman mengenai maksud dari judul penelitian, diantaranya:

1. Strategi adalah strategi adalah serangkaian rencana dan tindakan dasar yang diimplementasikan oleh seluruh susunan organisasi perusahaan guna mencapai tujuan perusahaan.¹²
2. Persaingan adalah usaha orang atau perseorangan atau badan hukum untuk saling menekankan kepentingan dalam bidang perdagangan, produksi, dan pertahanan.
3. Pedagang Kaki Lima (PKL) adalah pelaku usaha yang melakukan usaha perdagangan dengan menggunakan sarana usaha bergerak maupun tidak bergerak, menggunakan prasarana kota, fasilitas sosial, fasilitas umum, lahan, dan bangunan milik pemerintah atau swasta yang bersifat sementara atau tidak menetap.¹³

Dari definisi istilah di atas peneliti bertujuan untuk mengetahui bagaimana Strategi Persaingan Bisnis Pedagang Kaki Lima Di Jalan Niaga

F. Kajian Penelitian Terdahulu

Kajian penelitian terdahulu ini dibutuhkan untuk membedakan hasil proposal ini dengan hasil penelitian sebelumnya, penulis telah menelusuri kajian pustaka yang menurut penulis permasalahannya hampir sama dengan penelitian yang akan diteliti oleh penulis.

Dengan demikian untuk mendukung persoalan yang lebih mendalam terhadap permasalahan yang dibahas diatas serta mempermudah mendapatkan gambaran dalam penyusunan kerangka pikir penelitian ini, peneliti melakukan

¹²Sondang P. Siagian, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Jakarta: Bumi Aksara), 29

¹³David Cardona, *Strategi Komunikasi Pembangunan Dalam Penataan Pedagang Kaki Lima*, (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2020) hlm.32

kajian terhadap literatur-literatur yang hampir mirip namun tidak berbeda dengan objek masalah yang diangkat, beberapa penelitian sebelumnya yang memiliki korelasi dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Indah Sundari (2019) “Strategi Pedagang Kaki Lima Dalam Meningkatkan Penghasilan Untuk Kesejahteraan Keluarga Studi Pada Pedagang Kaki Lima Di Jalan Arif Rahman Hakim Telanaipura Kota Jambi”. Metodologi penelitian menggunakan penelitian kualitatif. Dalam penelitian tersebut objeknya pedagang kaki lima di Jalan Arif Rahman Kota Jambi. Dalam penelitian tersebut diperoleh hasil bahwa Strategi yang dilakukan pedagang kaki lima (PKL) dalam meningkatkan penghasilan untuk kesejahteraan keluarga yaitu seperti menjaga kualitas produk, penetapan harga produk yang sesuai, melakukan promosi, pemilihan tempat yang strategis, dan memberikan pelayanan yang terbaik kepada para pembeli.¹⁴
2. Penelitian yang dilakukan oleh Risqiah Mardotilah (2021) “Strategi Pedagang Kaki Lima Dalam Meningkatkan Penghasilan Untuk Kesejahteraan Keluarga (Studi Kasus Pedagang Kaki Lima Taman Kota Selong)” Metodologi penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dan membahas tentang strategi dalam meningkatkan penghasilan PKL. penelitian tersebut dilakukan pada pedagang kaki lima Dalam penelitian tersebut diperoleh hasil bahwa Strategi yang

¹⁴ Moh.Sahid “*Strategi pemasaran ternak bebek dalam upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat pakong pamekasan*”(Skripsi, IAIN Madura, Pamekasan, 2019)

dilakukan pedagang kaki lima dalam meningkatkan penghasilan untuk kesejahteraan keluarga di taman kota selong yaitu Menjaga kualitas produk, Penetapan harga, Melakukan promosi, Pemilihan lokasi yang strategis, Memberikan layanan yang baik.¹⁵

3. Penelitian yang dilakukan oleh Aprilia Fitriyani (2022) “Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Usaha (Studi Pada Toko Pusat Oleh – Oleh Al - Barokah Di Kota Semarang)”. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dan membahas strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan usaha. Dalam penelitian tersebut diperoleh hasil bahwa Penerapan strategi pemasaran pada Toko Pusat Oleh – Oleh Al – Barokah dalam menghadapi persaingan dengan usaha sejenis adalah dengan menggunakan strategi bauran pemasaran 7P yaitu Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical evidence.¹⁶

¹⁵ Syamsiyah “Pelaksanaan Strategi Bauran Pemasaran Usaha Keramik Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Di Desa Larangan Badung Pamekasan”, (Skripsi, IAIN Madira, Pamekasan, 2019)

¹⁶ Siti Aisyah Putri “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Di Toko Plaza Jilbab Kabupaten Kampar Ditinjau Dari Ekonomi Syariah”. (Skripsi, UIN Suska Riau, 2020)