

BAB IV

PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Pedagang Kaki Lima di Jalan Niaga

Jalan niaga merupakan tempat yang sangat familiar ditelinga masyarakat sebagai tempat yang dijadikan tempat kuliner oleh masyarakat pamekasan. Di jalan niaga terdapat banyak para pedagang kaki lima yang berjualan makanan mulai dari lalapan, nasi goreng, sate, mie goreng dan makanan berat lainnya.

Pada mulanya para pedagang kaki lima tidak enetap di Jalan Niaga, sebelumnya mereka berjualan di tempat yang berbeda atau berpencaran di Jalan utama, ada yang berjualan di Gadin, Pasar Sore, Arek Lancor dll. Karena keberadaan mereka yang berpencar dan berjualan di Jalan utama sehingga pemerintah menilai jika kondisi tersebut dapat mengganggu kelancaran lalu lintas di Jalan Utama. Pada akhirnya pemerintah sepakat untuk memindahkan lokasi para pedagang kaki lima tersebut ke satu tempat yang juga strategis dan tidak terlalu mengganggu lalu lintas. Tempat tersebut adalah Jalan Niaga. Akhirnya pemerintah resmi memindahkan para PKL ke dalam satu lokasi yaitu lokasi yang kita kenal sekarang di Jalan Niaga. Karena kapasitas di Jalan

Niaga sudah cukup penuh, untuk pedagang kaki lima yang lain dipindahkan ke Jalan Dirgahayu.¹

Pemerintah memindahkan para pedagang kaki lima ke Jalan Niaga karena Jalan Niag dinilai bukan jalan utama arus lalu lintas. seluruh pedagang kaki lima (PKL) yang ada di Jalan Niaga diwadahi oleh koperasi sehingga antara satu pedagang satu dengan pedagang lainnya itu disebut juga sebagai satu komunitas PKL Jalan Niaga. Meskipun saat ini jumlah pedagang kaki lima di pamekasan semakin banyak, pemerintah tetap akan mengeluarkan solusi lagi untuk kenyamanan lalu lintas di Jalan.²

2. Data Pedagang Kaki Lima di Jalan Niaga

Berikut data pedagang kaki lima di Jalan Niaga disajikan dalam bentuk tabel:

Tabel 4.1

Nama- nama pedagang kaki lima di Jalan Niaga

No	Nama pedagang	Makanan yang dijual
1	Bapak Tamrin	Lalapan (ikan laut, ayam, bebek, tempe tahu dan telur)
2	Bapak Selamat	Lalapan (ikan laut, ayam, bebek, tempe tahu dan telur)
3	Bapak Andi	Lalapan (ikan laut, ayam, bebek, burung dara, tempe tahu dan telur), nasi goreng, dan seafood
4	Bapak Likan	Lalapan (ikan laut, ayam, bebek, tempe tahu dan telur)
5	Bapak Bayu	Lalapan (ikan laut, ayam, bebek, burung dara, tempe tahu dan telur)

¹ Bapak Muttaqin, Kepala Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Pamekasan, wawancara langsung 15 Mei 2023.

² Ibid 7

6	Safira	Lalapan (ikan laut, ayam, bebek, tempe tahu dan telur)
8	Bapak Iwansa	Lalapan (ikan laut, ayam, bebek, tempe tahu dan telur)
9	Bapak Herman	Lalapan (ikan laut, ayam, bebek, tempe tahu dan telur) dan seafood Bandung.
10	Bapak Eko	Lalapan (ikan laut, ayam, bebek, tempe tahu dan telur), nasi goreng, ayam geprek, ayam bakar, dan bebek bakar
11	Bapak Yutaka	Lalapan bakar dan goreng (ikan laut, ayam, bebek, tempe tahu dan telur) dan seafood.
12	Bapak Arum	Lalapan (ikan laut, ayam, bebek, tempe tahu dan telur)
13	Bapak Agung	Lalapan (ikan laut, ayam, bebek, tempe tahu dan telur), dan seafood
14	Bu Harti	Lalapan (ikan laut, ayam, bebek, tempe tahu dan telur)
15	Bapak Asnawi	Nasi goreng dan mie goreng
16	Bapak Sipol	Nasi goreng, mi goreng, mi kuah, bihun goreng
17	Bapak Su	Sate kambing, ayam, dan daging
18	Bapak Mukmin	Sate kambing, ayam, dan nasi golek
19	Bapak Dul	Sate kambing, ayam, dan daging
20	Bapak Yuto	Sate kambing, ayam, daging, dan kelinci
21	Bapak Mat	Sate kambing, ayam, dan daging
22	Bapak Ento	Sate kambing, ayam, dan daging
23	Bapak Cipto	Sate kambing, ayam, daging, dan kelinci
24	Bapak Nasir	Sate kambing, ayam, dan daging
25	Bapak Heri	Sate kambing, ayam, dan daging
26	Bapak Narah	Sate kambing, ayam, dan daging
27	Bapak Mulya	Sate bumbu dana yam panggang

B. Paparan Data

1. Strategi Persaingan Bisnis Pedagang Kaki Lima

Strategi dapat diartikan sebagai suatu rencana, maksud atau tujuan yang dilakukan untuk mencapai sesuatu. Strategi merupakan serangkaian tindakan atau rencana perusahaan yang digunakan untuk mendapatkan keunggulan dalam bersaing.³ Strategi adalah konsep luas yang menggambarkan tujuan dari suatu organisasi. Selain itu, suatu strategi usaha dirancang untuk membantu bagaimana suatu bisnis tersebut dapat memenuhi sasarannya dan memasukkan daya tanggap organisasi terhadap tantangan dan kebutuhan baru, strategi harus disusun dengan baik agar kesuksesan sebuah bisnis dapat tercapai.⁴

Pedagang kaki lima adalah pelaku usaha yang menggunakan trotoar, fasilitas kota, atau taman-taman kota sebagai tempat mereka melangsungkan bentuk usahanya. Dalam menjalankan suatu usaha seperti usaha perdagangan atau perniagaan, perlu adanya suatu strategi yang digunakan dalam menjalankan usaha tersebut agar usaha yang dijalankan menjadi lebih maju dan mampu bersaing dengan pedagang kaki lima yang lainnya.

Berdasarkan data yang diperoleh dalam penelitian ini, baik dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi, maka dapat peneliti uraikan dalam paparan data dari penelitian ini tentang strategi yang dilakukan oleh pedagang kaki lima di Jalan Niaga Kabupaten Pamekasan yaitu:

³R.WSuparyanto, Kewirausahaan Konsep dan Realita pada Usaha Kecil, hlm 226

⁴ Ronald JEbert, Pengantar Bisnis Edisi Kesepuluh, hlm 161

a. Menjaga Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Armstrong, produk adalah kesatuan barang dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan agar dapat dibeli atau dikonsumsi oleh pasar untuk memuaskan kebutuhan. Sama halnya dengan produk usaha makanan milik pedagang kaki lima, setiap PKL mengutamakan kualitas produk makanan yang dijual dan menciptakan cita rasa masakan yang berbeda-beda. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar menarik konsumen untuk tetap berlangganan.

Peneliti mewawancarai beberapa pedagang kaki lima di Jalan Niaga salah satunya bapak Asnawi selaku penjual nasi goreng, beliau menerangkan bahwa:

“saya berjualan nasi goreng sudah cukup lama dek, sejak tahun 2015. Yang saya lakukan selama ini yaitu menjaga kualitas rasa nasi goreng saya. Rasanya itu saya racik menggunakan resep rahasia terbaik saya untuk menghasilkan rasa nasi goreng yang enak. Selain itu, agar nasi goreng saya itu berbeda dengan nasi goreng orang lain saya itu menambah sosis dan gratis krupuk udang dek.”⁵

Peneliti juga mewawancarai bapak Dul selaku penjual sate, beliau mengatakan:

“disini banyak banget dek yang jualan sate, saya berjualan sejak tahun 2018. Lalu biar sate saya itu banyak pelanggannya sate saya itu bukan hanya sate lalat saja, tapi satenya itu ada juga yang besar-besar dek. Terus bumbu satenya itu saya pastikan menyerap sampai daging bagian dalam, jadi rasa satenya itu enak terus juga sate saya itu kacangnya itu punya saya rasanya beda sama punya yang lain dek dan juga kalo mau nambah sambal disini itu gratis”⁶

Peneliti juga melakukan wawancara kepada bapak Bayu selaku salah satu penjual lalapan di Jalan Niaga, beliau mengatakan:

⁵Asnawi, Pedagang kaki lima di Jalan Niaga, wawancara langsung (10 April 2023)

⁶Dul, Pedagang kaki lima di Jalan Niaga, wawancara langsung (10 April 2023)

“alhamdulillah lalapan saya selalu laku keras dek karena saya itu tidak asal-asalan meracik bumbu lalapannya dan juga bumbunya itu meresap sampai kedalam jadi rasa lalapannya itu enak tidak hambar dek. Biasanya kan ada tuh lalapan yang rasa ayamnya itu sedikit hambar karena kurang bumbu. Terus juga sambalnya punya saya disesuaikan sama lidah orang pamekasan. Orang pamekasan itu kebanyakan suka sambal yang asin dan pedas. Jadi sambalnya itu saya buat yang sedikit asin dan pedas dan pakai resep rahasia juga untuk menghasilkan sambal yang memiliki ciri khas disbanding penjual lalapan yang lain”⁷

Bapak Bayu menambahkan informasi, beliau mengatakan:

“meskipun saya pedagang yang lain menjual produk yang sama tapi jualan kita punya cita rasa yang berbeda, cita rasa yang khas menjadi salah satu cara kami menarik pelanggan kami, karena jika rasa masakan enak, pas di lidah konsumen, mereka akan menjadi pelanggan kami dan tidak mau membeli ke tempat lain”⁸

Peneliti juga mewawancarai salah satu konsumen yang berlangganan di salah satu lalapan di Jalan Niaga, beliau mengatakan:

“saya berlangganan di warung mas bayu ini karena rasanya enak dek, beda dari yang lain yang paling enak itu sambalnya. Setiap pedagang rasanya pasti beda-beda, punya cita rasa sendiri tapi Pokonya favorit banget sambal disini, free juga kalo mau nambah. Pokonya itu sih yang buat saya langganan disini”⁹

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan oleh peneliti beberapa pedagang kaki lima di Jalan Niaga menjual produk kuliner yang sejenis tapi cita rasa produknya tidaklah sama antara penjual nasi goreng yang satu dengan yang lainnya, antara penjual sate yang satu dengan yang lainnya, dan juga pedagang sejenis lainnya. Seluruh produk yang dijual oleh pedagang kaki lima memiliki cita rasa tersendiri. sedangkan

⁷Bayu, Pedagang kaki lima di Jalan Niaga, wawancara langsung (10 April 2023)

⁸ Ibid.

⁹ Sulastrri, konsumen, wawancara langsung (10 April 2023)

konsumen menjadi pelanggan di satu tempat yang rasanya sesuai dengan seleranya.

b. Penetapan harga

Menjalankan sebuah bisnis perniagaan tidak akan terlepas dari penetapan harga. Harga memegang peranan penting dalam terjadinya kesepakatan jual-beli antara penjual dengan pembeli. Tujuan dari penetapan harga adalah tidak lain untuk mencapai target perusahaan, mendapatkan keuntungan, dan meningkatkan atau mengembangkan produksi produk.

Penetapan harga suatu produk atau jasa tergantung dari tujuan perusahaan atau penjual yang memasarkan produk tersebut. Menurut Kotler dan Armstrong, harga adalah jumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan produk.¹⁰

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Asnawi selaku penjual nasi goreng mengenai penetapan harga, beliau menyatakan bahwa:

“untuk harga nasi goreng disini itu 10 ribu dek, sesuai sama harga pasaran. Meskipun kadang penjual yang lain ada yang menjual dengan harga 12 ribu. Tapi rata-rata harga nasi goreng dipasaran antara 10-12 ribu dek”¹¹

Peneliti juga mendapatkan informasi dari Bapak Dul selaku penjual sate, beliau mengatakan:

“harga sate kalo disini 15 ribu dek soalnya sate punya saya ini lebih besar. Tapi untuk harga sate seukuran punya saya harga itu sudah sesuai dengan harga pasar”¹²

¹⁰ Philip Kotler dan Gary Armstrong, Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi ke-12, hlm 62-63.

¹¹Asnawi, Pedagang kaki lima di Jalan Niaga, wawancara langsung (10 April 2023)

¹²Dul, Pedagang kaki lima di Jalan Niaga, wawancara langsung (10 April 2023)

Peneliti juga mewawancarai Bapak Bayu selaku penjual lalapan, beliau mengatakan:

“harga lalapan di saya itu 16 ribu tanpa nasi. Jadi kal sama nasinya itu 20 ribu dek. Harga itu sudah sesuai dengan harga pasar lalapan pedagang kaki lima. Meskipun penjual yang lain kadang ada yang harganya lebih murah atau lebih mahal. Tapi selisihnya paling cuma 1-2 ribu aja. Harga yang kami pasang ini sudah disesuaikan dengan harga bahan baku. Tapi kalo bahan bakunya lagi tinggi, kita harganya gak naik, tapi posrinya kami kecilkan sedikit”¹³

Peneliti juga mewawancarai salah satu konsumen yang membeli makanan di Jalan Niaga, beliau mengtakan:

“kalo disini harga makanannya rata-rata sama dek, paling bedanya cuman seribu sampai dua ribu aja. Tidak terlalu jauh bedanya”.¹⁴

Dari hasil wawancara di atas, dapat diketahui bahwa harga yang mereka tetapkan sudah sesuai dengan harga pasar dan harga bahan baku. Tapi jika harga bahan bakunya sedang naik, mereka tidak menaikkan harga tapi mengecilkan porisnya.

Hal ini sesuai dengan observasi yang dilakukan oleh peneliti yang mana harga makanan di Jalan Niaga rata-rata sama antara pedagang yang satu dengan pedagang lainnya. Meskipun berbeda hanya berbeda dikisaran harga 1.000 – 2.000 saja.

c. Melakukan promosi

Promosi merupakan salah satu cara yang digunakan oleh para pelaku usaha khususnya pedagang kaki lima untuk menarik minat konsumen. Kekuatan promosi sangat berpengaruh terhadap peningkatan penjualan.

¹³Bayu, Pedagang kaki lima di Jalan Niaga, wawancara langsung (10 April 2023)

¹⁴ Sulastri, konsumen, wawancara langsung (10 April 2023)

Tujuan utama dari kegiatan promosi adalah guna meningkatkan angka penjualan sehingga meningkatk juga profit atau keuntungan usahanya. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Asnawi selaku penjual nasi goreng yang menerangkan bahwa:

“disini promosinya ya paling Cuma pasang baliho dek, sama juga pedagang lain pasang baliho. Nantik kalo orang lewat ya mereka tau kita jualan apa”¹⁵

Peneliti juga mewawancarai Bapak Dul selaku penjual sate, beliau mengatakan:

“saya promosinya paling ya lewat baliho ini dek. Balihonya di desain se bagus mungkin biar yang lewat itu bisa tau saya jualan sate. Terus kadang dibantu promosiin sama anak saya yang punya HP, dipostingin ke story nya sate yang saya jual”¹⁶

Peneliti juga mendapatkan informasi dari Bapak Bayu, beliau menyampaikan:

“saya promosiya selain dari baliho yang dipasang d stand jualan saya, saya juga promosikan jualan saya di story WA dek, dibantu juga sama istri dan anak saya. Saya juga kadang menerima pesanan via online jadi yang mau mesen online bisa whatsapp dulu nanti kalo sudah hamper selsai biasanya pelanggan itu berangkat biar nunggunya gak terlalu lama katanya dek”¹⁷

Peneliti juga mewawancarai salah satu konsumen, beliau mengatakan:

“saya itu kalo beli-beli liat dari balehonya dek, pedagang disini itu jualan apa gitu, nanti kalo misalkan ada apa yang saya cari, saya pasti mampir. Kalo rasanya enak saya langganan dek”¹⁸

Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan jika promosi yang digunakan oleh pedagang kaki lima rata-rata hanya berpatokan pada

¹⁵Asnawi, Pedagang kaki lima di Jalan Niaga, wawancara langsung (10 April 2023)

¹⁶Dul, Pedagang kaki lima di Jalan Niaga, wawancara langsung (10 April 2023)

¹⁷Bayu, Pedagang kaki lima di Jalan Niaga, wawancara langsung (10 April 2023)

¹⁸Harto, konsumen, wawancara langsung (10 April 2023)

pemasangan baliho. Mereka mendesain baliho sesuai kreatifitas mereka untuk menarik konsumen. Selain itu, ada juga beberapa dari mereka juga mempromosikan jualannya melalui Whatsaap dan menerima pesanan via online, hal ini dilakukan untuk meningkatkan penjualan.

Hal ini sesuai dengan observasi atau pengamatan yang dilakukan oleh peneliti bahwa kebanyakan para pedagang hanya mengandalkan baliho untuk mempromosikan kulinernya. Berikut contoh baliho untuk mempromosikan produk pedagan kaki lima di Jalan Niaga:

Gambar 4.1

Contoh baleho sebagai media promosi pedagang kaki lima



d. Tempat

Menurut Kotler dan Armstrong, tempat meliputi aktivitas perusahaan dalam memproduksi produk yang tersedia kepada target pasar.¹⁹ Dalam menjalankan bisnis tempat yang disediakan haruslah strategis agar bisa dengan mudah dijangkau oleh konsumen. Selain itu tempatnya juga harus bersih dan nyaman agar konsumen betah untuk menjadi pelanggan.

Berasarkan hasil wawancara kepada Bapak Asnawi mengenai lokasi beliau berjualan, beliau mengatakan:

“untuk membuat konsumen betah membeli nasi goreng disini, saya selalu menjaga kebersihan tempat saya berjualan, jadi saya selalu mengutamakan kebersihan. Kemudian saya memilih jualan disini itu karena lokasinya strategis, terletak di pusat kota, apalagi disini itu memang terkenal sebagai tempat kulineran orang Pamekasan”.²⁰

Selain itu peneliti mewawancarai Bapak Dul selaku penjual nasi goreng, beliau mengatakan:

“di tempat saya berjualan ini selalu saya jaga kebersihannya dek. Agar pembeli tidak risi, kalo kotor itu biasanya pembeli tidak suka dan risi. Terus saya sediakan juga tempat duduk agar pembeli yang menunggu satenya ini bisa menunggu sambal duduk. Terus kalo mau makan ditempat saya juga sediakan tempat duduk yang bersih”²¹

Hal senada juga disampaikan oleh Bapak Bayu selaku penjual lalapan, beliau mengatakan:

“kalau lalapan ditempat saya itu menyediakan kursi dan meja untuk makan, dan juga bisa duduk dibawah. Jadi kalo yang suka duduk dibawah bisa duduk di bawah dan biasanya ada juga yang lebih suka duduk di kursi bisa makan di kursi. Jadi saya itu selalu memaksimalkan tempat berjualan sesuai dengan kebutuhan konsumen dek. Agar konsumen bisa senang berlangganan di tempat saya. Saya

¹⁹Philip Kotler dan Gary Armstrong, Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi ke-12, hlm 62-63

²⁰Asnawi, Pedagang kaki lima di Jalan Niaga, wawancara langsung (10 April 2023)

²¹Dul, Pedagang kaki lima di Jalan Niaga, wawancara langsung (10 April 2023)

juga memastikan tempat berjualan saya selalu bersih meskipun di pinggir jalan”.²²

Peneliti juga mewawancarai konsumen yang berlangganan di warung Bapak Asnawi, beliau mengatakan:

“saya itu senengnya juga karena tempat disini itu rapid an bersih dek. Tidak jorok. Siapapun kalo termpatnya berantakan dan jorok pasti males dek belanjanya apalagi yang dibeli kan makanan”²³

Hasil wawancara diatas sesuai dengan observasi yang dilakukan oleh peneliti, lokasi di Jalan Niaga sangatlah strategis untuk dijadikan tempat perniagaan karena lokasinya berada di pusat kota. Selain itu pedagang kaki lima meskipun berjualan di pinggir jalan atau di trotoar masih bisa menjaga kebersihan tempat mereka berjualan dengan tujuan agar konsumen bisa betah membeli makanan di tempat mereka.

e. Memberikan pelayanan yang baik

Pelayanan merupakan suatu aktivitas yang diberikan kepada pembeli guna memenuhi kebutuhan atau keinginan pembeli sebagai bentuk dari penghormatan terhadap pembeli. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Asnawi selaku pedagang nasi goreng beliau menerangkan bahwa:

“disini kalo makan di tempat duduk di bawah dek. Tapi kalo biasanya orang mau dibungkus bawa pulang itu saya sediakan kursi biar yang menunggu itu tidak capek berdiri. Itu adalah pelayanan yang bisa saya berikan. Selain itu saya dan karyawan saya melayani dengan sopan dan ramah agar pembeli senang berbelanja disini”²⁴

Selain itu peneliti juga mewawancarai Bapak Dul selaku penjual sate beliau menyatakan:

²²Asnawi, Pedagang kaki lima di Jalan Niaga, wawancara langsung (10 April 2023)

²³Sri, konsumen, wawancara langsung, (10 April 2023)

²⁴Asnawi, Pedagang kaki lima di Jalan Niaga, wawancara langsung (10 April 2023)

“kalau ditempat saya itu pelayanan yang diberikan yaitu bisa nambah saus kacang gratis dek kalo makan ditempat. Terus juga melayani mereka dengan ramah dan senyum”.²⁵

Hal senada juga disampaikan oleh Bapak Bayu selaku penjual lalapan, beliau mengatakan:

“kalau disini bisa nambah sambal sepuasnya gratis dek. Terus juga saya melayani mereka dengan sopan dan juga ramah karena pembeli adalah raja dan supaya pembeli betah berlangganan disini”.²⁶

Berdasarkan hasil pengamatan rata-rata pedagang kaki lima melayani pembeli dengan ramah dan sopan. Para pedagang kaki lima juga murah senyum kepada setiap pembeli serta beberapa dari mereka ada yang suka mengobrol dengan konsumen untuk memberikan kesan yang baik. jika pelayanan yang diberikan baik maka pembeli akan puas dan berlangganan di tempat mereka.

2. Kendala yang dihadapi pedagang kaki lima di Jalan Niaga

Kendala merupakan suatu penghalang yang disebabkan oleh beberapa faktor yang menjadi penghambat seseorang untuk mencapai tujuannya. Adanya pedagang kaki lima yang semakin bertambah setiap harinya menjadikan keberadaan pedagang kaki lima menjadi masalah yang harus dihadapi oleh pemerintah.

Keberadaan pedagang kaki lima selalu dianggap sebagai pemicu timbulnya kemacetan lalu lintas, terganggunya akses pejalan kaki dan merusaknya keindahan kota. Padahal dengan adanya para pedagang kaki

²⁵Dul, Pedagang kaki lima di Jalan Niaga, wawancara langsung (10 April 2023)

²⁶Bayu, Pedagang kaki lima di Jalan Niaga, wawancara langsung (10 April 2023)

lima tersebut menjadi salah satu cara untuk mengurangi pengangguran karena kurangnya lapangan kerja di sektor formal, serta keberadaannya dapat mengurangi kemiskinan dan juga dapat dijadikan sebagai salah satu potensi bagi pembangunan suatu daerah.

Munculnya pedagang kaki lima dikarenakan modal usaha yang mereka miliki masih kecil bahkan terbatas ditambah lagi dengan sulitnya mendapatkan pekerjaan dikarenakan kurangnya pendidikan yang tinggi, tidak adanya pengalaman kerja dan lain sebagainya.

Adapun 2 faktor yang menjadi kendala pedagang kaki lima di Jalan Niaga Kabupaten Pamekasan dalam menjalankan usahanya. Faktor tersebut adalah faktor internal dan faktor eksternal. faktor internal terjadi karena lokasi usaha dan modal usaha, sedangkan faktor eksternal adalah adanya musim hujan.

a. Lokasi usaha

Salah satu kendala yang sering dihadapi oleh pedagang kaki lima di Jalan Niaga dalam berdagang adalah tempat atau lokasi usaha. dimana tempat usaha ini menjadi faktor penentu apakah pedagang kaki lima ini akan bertahan lama atau tidak dalam menjalankan usahanya.

Dalam memilih lokasi usahanya, pemilik lokasi usaha harus mempertimbangkan faktor-faktor pemilihan lokasi, karena lokasi usaha

adalah aset jangka panjang dan akan berdampak pada kesuksesan usaha itu sendiri.²⁷

Peneliti mewawancarai Bapak Asnawi selaku penjual nasi goreng, beliau mengatakan:

“kalau untuk lokasi disini itu sudah nyaman berada di pusat kota dek. Tapi ada tidak enakya juga yaitu di Jalan Niaga ini lokasinya dipenuhi dengan pedagang kaki lima dengan beberapa jualan yang sama, tapi ya yang namanya rezeki gak akan tertukar dek saya selalu percaya itu”.²⁸

Hal senada juga disampaikan oleh Bapak Dul penjual sate di Jalan Niaga Kabupaten Pamekasan, beliau mengatakan:

“kalo lokasi sudah pas dek letaknya dipusat kota, tapi ya kendalanya juga dilokasi yaitu lokasinya berhadapan dengan penjual sate yang lain. Jadi persaingannya juga semakin ketat dek. Kami selaku pedagang harus mampu memberikan yang terbaik untuk konsumen agar mampu bersaing dengan pedagang sate yang lain”.²⁹

Peneliti juga mendapat informasi yang sama yang diperoleh dari Bapak Bayu beliau mengatakan:

“kendalanya memang ada di lokasi dek soalnya lokasi saya ini jaraknya cuma beberapa langkah dengan pedagang lalapan yang lain, jadi konsumen pasti semakin bingung mau pilih yang mana kalau konsumen baru. Tapi lokasinya juga disini enakya karena di pusat kota dek. Tergantung masing-masing penjual lah gimana agar menjadi yang terbaik di mata konsumen”.³⁰

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa lokasi pedagang kaki lima yang satu dengan yang lainnya sangat berdempetan. Apalagi makanan yang dijual sama atau

²⁷<https://www.kajianpustaka.com/2020/12/lokasi-usaha.html> diakses pada tanggal 28 April 2023 pukul 10.16.

²⁸Asnawi, Pedagang kaki lima di Jalan Niaga, wawancara langsung (10 April 2023)

²⁹Dul, Pedagang kaki lima di Jalan Niaga, wawancara langsung (10 April 2023)

³⁰Bayu, Pedagang kaki lima di Jalan Niaga, wawancara langsung (10 April 2023)

sejenis. Hal ini justru menjadi kendala tersendiri bagi para pedagang kaki lima untuk menghadapi persaingan antar sesama dengan produk makanan yang sejenis.

b. Modal usaha

Modal adalah suatu yang sangat penting dan dibutuhkan di dalam sebuah usaha. Tanpa adanya modal, suatu usaha akan sulit untuk menghadapi persaingan, karena dengan adanya modal usaha tersebut mampu memberikan inovasi produk yang berbeda dari pasaran.

Modal usaha dapat diartikan sebagai dana yang digunakan untuk menjalankan suatu usaha. Modal usaha juga dapat diartikan dari berbagai segi yaitu modal pertama kali membuka usaha, modal untuk melakukan perluasan usaha, dan modal untuk menjalankan usaha sehari-hari.³¹

Modal usaha merupakan masalah kedua yang dihadapi oleh pedagang kaki lima di Jalan Niaga. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Asnawi selaku penjual nasi goreng beliau mengatakan:

“saya ini dek berjualan dipinggir jalan karena keterbatasan modal untuk membuka lahan jualan sendiri. Saya juga terkendala di modal untuk bisa mengembangkan usaha jualan ini”³²

Hal senada juga disampaikan oleh Bapak Dul selaku penjual sate, beliau mengatakan:

“belum mampu dek saya yang mau buka usaha dengan bangunan sendiri. Makanya saya berjualan di trotoar kayak gini karena modal

³¹Sari Juliasti, Cerdas Mendapatkan Dan Mengelola Modal Usaha, (Jakarta: PT Persero, 2009) Hlm. 4

³²Asnawi, Pedagang kaki lima di Jalan Niaga, wawancara langsung (10 April 2023)

saya sedikit. Ini untuk belanja bahan besok masih pakai uang yang didapat dari hasil jualan hari ini dek”³³

Peneliti juga mendapat informasi serupa dari Bapak Bayu, beliau mengatakan:

“pengen banget bisa buka kedai sendiri dek, punya took jualan sendiri tapi ya mau gimana lagi dek, terbatas dimodal yang saya miliki. Modalnya belum cukup kalau mau buka kedai sendiri makanya saya masih betah jualan di sini, nanti kalau sudah modal pengennya buka kedai sendiri dek”.³⁴

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa para pedagang kaki lima di Jalan Niaga memiliki keterbatasan modal untuk mengembangkan usahanya. Mereka memilih berdagang di Jalan Niaga karena tidak terlalu membutuhkan modal yang terlalu besar.

c. Musim Hujan

Musim hujan menjadi salah satu kendala bagi pedagang kaki lima dalam berdagang. Sebagaimana yang disampaikan oleh Bapak Asnawi beliau mengatakan:

“kalau musim hujan itu dek juga sepi jualan saya sama temen-temen yang lain. Apalagi kalau hujannya sangat deras, nah itu biasanya kalo semalaman hujan deras, nasi goreng saya paling sedikit hanya terjual 2 bungkus. Kalo musim hujan orang-orang jarang beli makan diluar apalagi makan dipinggir jalan, tempatnya basah semua”.³⁵

Hal senada juga disampaikan oleh Bapak Dul selaku penjual sate beliau mengatakan:

³³Dul, Pedagang kaki lima di Jalan Niaga, wawancara langsung (10 April 2023)

³⁴Bayu, Pedagang kaki lima di Jalan Niaga, wawancara langsung (10 April 2023)

³⁵Asnawi, Pedagang kaki lima di Jalan Niaga, wawancara langsung (10 April 2023)

“kalau lagi hujan semalaman sate saya kadang hanya terjual 5 bungkus dek. Itu sangat merugikan saya dek.terus kalo musim hujan juga basah semua jualan saya kalo hujannya deres itu”.³⁶

Peneliti juga mewawancarai Bapak bayu beliau mengatakan:

“kalo musim hujan sedikit banget orang beli dek, tidak seramai kalo gak hujan. Apalagi kalo hujan dagangan saya basah tempat duduk pelanggan juga basah jadi mereka gak mungkin makan disini”.³⁷

Dari hasil wawancara dapat disimpulkan jika penjualan di musim hujan lebih sedikit dibanding musim yang lainnya. Hal ini tentu menjadi kendala bagi pedagang kaki lima karena jualan mereka tidak bisa terjual secara maksimal dan untung yang diperoleh juga sedikit. Berdasarkan hasil pengamatan, saat terjadi musim hujan biasanya kondisi jalanan menjadi sedikit becek, banyak genangan air, trotoar tempat mereka berdagang juga basah karena ceprit air hujan, sehingga konsumen juga akan jarang makan di Jalan Niaga saat musim hujan.

C. Temuan Penelitian

Berdasarkan hasil paparan data dari penelitian di atas, ada beberapa temuan penelitian yang dihasilkan dari wawancara, observasi dan dokumentasi selama melakukan penelitian strategi persaingan bisnis pedagang kaki lima di Jalan Niaga Kabupaten Pamekasan, hal ini berdasarkan fokus penelitian yang sudah ditentukan oleh peneliti, yaitu:

1. Strategi yang dilakukan oleh pedagang kaki lima di Jalan Niaga Kabupaten Pamekasan
 - a. Menjaga kualitas produk

³⁶Dul, Pedagang kaki lima di Jalan Niaga, wawancara langsung (10 April 2023)

³⁷Bayu, Pedagang kaki lima di Jalan Niaga, wawancara langsung (10 April 2023)

Meskipun makanan yang dijual adalah produk sejenis seperti lalapan akan tetapi setiap pedagang kaki lima memiliki cita rasa dan kualitas yang berbeda.

b. Penetapan harga

Harga disesuaikan dengan harga pasaran dan besaran porsi

c. Melakukan promosi

Promosi hanya dilakukan melalui baliho yang besar yang bertuliskan menu yang dijual.

d. Pemilihan lokasi yang strategis

Lokasi di Jalan Niaga sangat strategis karena terletak di pusat kota.

e. Memberikan layanan yang baik

Para pedagang kaki lima melayani pembeli dengan ramah.

2. Adapun kendala yang dihadapi oleh pedagang kaki lima di Jalan Niaga Kabupaten Pamekasan dapat dilihat dari 2 faktor yaitu internal dan eksternal. Adapun aspek internal adalah; lokasi usaha dan modal usaha sedangkan aspek eksternal adalah; musim hujan

D. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Strategi persaingan bisnis pedagang kaki lima di Jalan Niaga Kabupaten Pamekasan, melalui perolehan data dari wawancara, observasi dan dokumentasi. Data yang telah diperoleh dan dikumpulkan oleh peneliti kemudian dianalisis sesuai fokus penelitian. Berdasarkan fokus penelitian dan tujuan penelitian yang sudah ada, maka peneliti membagi dua bagian, yaitu:

1. Strategi yang digunakan pedagang kaki lima dalam menghadapi persaingan

Dalam menjalankan suatu usaha adanya strategi sangat penting dilakukan guna menghadapi persaingan yang semakin ketat. Strategi merupakan serangkaian rencana suatu perusahaan yang ditujukan untuk mendapatkan keunggulan dalam bersaing. Adanya strategi bertujuan agar usaha menjadi lebih maju dan penjualan semakin meningkat begitu juga dengan pendapatan semakin bertambah sehingga dapat menjaga keberlangsungan usaha bagi pelaku usaha tersebut.

Berdasarkan paparan data dan temuan yang sudah dijelaskan pada subsebelumnya, peneliti mengemukakan bagaimana strategi persaingan usaha pedagang kaki lima di Jalan Niaga Kabupaten Pamekasan Hal tersebut sesuai dengan hasil wawancara dengan pihak-pihak pedagang kaki lima di Jalan Niaga yaitu sebagai berikut:

a. Menjaga Kualitas Produk

Kualitas produk adalah hal paling utama yang perlu diperhatikan oleh para pelaku usaha. Khususnya bagi mereka yang ingin mempertahankan bisnisnya di tengah ketatnya persaingan usaha. Namun, tentu saja ini bukanlah perkara yang mudah.

Para pelaku usaha harus terlebih dahulu memahami apa pengertian kualitas produk yang baik. Harus memahami juga kualitas seperti apa yang bisa dibilang baik, bagaimana mencapai kualitas tersebut, apa saja yang perlu dilakukan untuk mempertahankan tingkat kualitas produknya, dan

apayang akan terjadi jika menemukan kegagalan dalam upaya-upaya tersebut. Meski mungkin terdengar cukup rumit bagi pelaku usaha, menjaga kualitas dari setiap produk yang akan dipasarkan dapat memberikan manfaat yang sangat besar dalam pengembangan bisnis.

Pedagang kaki lima di Jalan Niaga pun menjaga dan mempertahankan kualitas produk mereka walaupun mereka berdagang 1 jenis produk misalnya lalapan, ada begitu banyak penjual lalapan di Jalan Niaga. cara mereka mempertahankan kualitas produknya dengan memiliki citra rasa yang berbeda. Kualitas produk yang tinggi membuat para konsumen menjadi percaya dengan yang mereka sehingga dapat menambah loyalitas konsumen.

b. Penetapan harga

Penetapan harga adalah proses menetapkan nilai yang akan diterima produsen dalam pertukaran jasa dan barang. Penetapan harga dilakukan untuk menyesuaikan biaya yang ditawarkan produsen dengan pelanggan.

Pedagang kaki lima menetapkan harga sesuai harga pasaran dengan tujuan agar tidak merusak harga pasar. Meskipun ada beberapa pedagang yang harga makanannya sedikit lebih mahal dan lebih murah tapi tetap menggunakan rata-rata harga produk di pasaran. Harga makanan yang dijual juga disesuaikan juga dengan biaya produksi dan porsi produk yang dijual. Berikut disajikan dalam bentuk tabel:

Tabel 4.2

Harga Rata-Rata Makanan di Jalan Niaga

No	Nama kuliner	Harga pasaran
1	Lalapan ayam + nasi	Rp 20.000 – 24.000
2	Lalapan bebek + nasi	Rp 25.000 – 27.000
3	Lalapan lele + nasi	Rp 18.000 – 20.000
4	Lalapan tempe penyet	Rp 10.000- 12.000
5	Nasi goreng	Rp 10.000-12.000
6	Mi goreng	Rp 10.000 -12.000
7	Sate	Rp 10.000-12.000

c. Promosi

Promosi merupakan proses komunikasi yang memberi penjelasan yang dapat meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa. Tujuan promosi ialah memperoleh perhatian, mengingatkan, dan meyakinkan calon konsumen. Dalam promosi harus ada keseimbangan, produk baik, sesuai dengan selera konsumen, dibarengi dengan pemilihan promosi yang tepat akan sangat membantu suksesnya usaha promosi.³⁸

Pedagang kaki lima dalam mempromosikan dagangannya hanya bermodalkan baleho/banner yang besar yang tuliskan nama produk yang dijual. Baleho atau banner tersebut didesain sesuai kreatifitas masing-masing pedagang. Adanya baleho besar ini dapat memudahkan konsumen untuk melihat makanan apa saja yang mereka jual. Jadi, jika nantinya konsumen tertarik dengan menu di baleho/banner tersebut maka konsumen akan langsung mampir di salah satu tempat pedagang kaki lima tersebut.

³⁸Buchari Alma, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, (Bandung: Alfabeta, 2016),179

Selain itu ada juga beberapa pedagang kaki lima yang mempromosikan jualannya melalui media sosial seperti story whatsapp. Beberapa pedagang kaki lima juga menerima pesanan via onliner, hal ini mereka lakukan untuk meningkatkan kapasitas penjualan karena pemesanan via online mampu memudahkan konsumen yang ingin berbelanja makanan untuk tidak perlu menunggu lama di tempat.

d. Lokasi yang strategis

Lokasi dapat diartikan sebagai tempat dimana orang-orang biasa berkunjung. Lokasi dalam hubungannya dengan pemasaran adalah tempat yang khusus yang dapat digunakan untuk melangsungkan aktivitas jual beli. Maka dapat disimpulkan bahwa lokasi yang dimaksud adalah suatu letak atau tempat yang tetap dimana orang bisa berkunjung untuk melakukan jual beli, tempat itu dapat berupa daerah pertokoan atau suatu *stand*, dan juga trotoar. Lokasi yang strategis mempengaruhi seseorang dalam menimbulkan keinginan untuk melakukan pembelian karena lokasinya yang strategis, terletak di arus bisnis, dan sebagainya.³⁹

Lokasi pedagang kaki lima di Jalan Niaga sangat strategis karena lokasi tersebut terletak di pusat kota dan juga lokasi ini terkenal sebagai lokasi kuliner warga Pamekasan. Tempat mereka berniaga pun juga rata-rata dijaga kebersihannya untuk membuat konsumen betah. Ada juga beberapa pedagang kaki lima yang menyediakan kursi untuk makan di

³⁹Fandy Tjiptono, Pemasaran Jasa, (Malang :Bayumedia Publishing, 2007) 123.

tempat. Jadi tidak semua konsumen yang makan ditempat harus duduk di bawah karena ada dari beberapa pedagang yang menyediakan kursi.

e. Memberikan pelayanan yang baik

Pelayanan konsumen adalah suatu perilaku yang ditunjukkan oleh penjual sesuai dengan yang diinginkan oleh pembeli dalam rangka memuaskan kebutuhan dan keinginannya. Semakin baik pelayanan yang diberikan akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Begitupun dengan pedagang kaki lima yang ada di Jalan Niaga Kabupaten Pamekasan mereka akan memberikan pelayanan yang terbaik seperti melayani pembeli dengan ramah, sopan dan murah senyum.

2. Kendalayang dihadapi oleh pedagang kaki lima di Jalan Niaga

Adapun 2 faktor yang menjadi kendala yang harus dihadapi oleh pedagang kaki lima di Jalan Niaga Kabupaten Pamekasan yaitu internal dan eksternal. Adapun aspek internal adalah lokasi usaha dan modal usaha sedangkan aspek eksternal adalah musim hujan.

a. Lokasi usaha

Salah satu kendala yang sering dihadapi oleh pedagang kaki lima dalam menjalankan usahanya adalah tempat atau lokasi usaha, yang dimana tempat usaha ini menjadi faktor penentu apakah pedagang kaki lima ini mampu bertahan lama atau tidak.

Lokasi adalah tempat suatu usaha atau aktivitas perusahaan beroperasi dan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang, jasa atau tempat konsumen untuk datang dan berbelanja. Pemilihan suatu lokasi usaha yang

strategis dan tepat sangat menentukan keberhasilan suatu usaha di masa yang akan datang dan lokasi usaha merupakan hal utama yang perlu dipertimbangkan.

Meskipun lokasi pedagang kaki lima terbilang sangat strategis akan tetapi ini juga menjadi kendala bagi mereka yang berniaga di sana karena letak penjual yang satu dengan yang lainnya sangat berdempetan sedangkan produk yang dijual juga sama. Seperti misalnya penjual nasi goreng yang satu dengan nasi goreng yang lainnya letaknya bersebelahan. Hal ini menjadi kendala yang harus dihadapi oleh pedagang kaki lima. Maka dari itu pentingnya menentukan strategi yang tepat agar produk yang dijual menjadi yang paling terbaik dimata konsumen.

b. Modal usaha

Modal adalah suatu yang sangat dibutuhkan di dalam sebuah usaha. Tanpa modal, suatu usaha susah untuk menghadapi persaingan, karena dengan adanya modal usaha tersebut mampu memberikan inovasi produksi hasil usaha. Modal adalah sejumlah kekayaan yang bisa saja berupa assets ataupun intangible assets, yang bisa digunakan untuk menghasilkan suatu kekayaan

Modal usaha dapat diartikan sebagai dana yang digunakan untuk menjalankan usaha agar tetap berjalan. Modal usaha juga dapat diartikan dari berbagai segi yaitu modal pertama kali membuka usaha, modal untuk melakukan perluasan usaha, dan modal untuk menjalankan usaha sehari-hari.

Alasan pedagang kaki lima memilih berjualan di Jalan Niaga karena modal yang mereka miliki untuk membuka kedai sendiri sangat terbatas.

c. Musim hujan

Secara sederhana, musim hujan dapat diartikan sebagai rentang waktu yang banyak terjadi hujan. Sedangkan menurut Bayong dalam Dedi Sucahyono S. dan Kukuh Ribudiyanto, mendefinisikan musim hujan sebagai musim yang ditandai oleh jumlah curah hujan yang berlimpah. Dari penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa musim hujan adalah kondisi meningkatnya jumlah curah hujan disuatu wilayah (hujan secara terus menerus) dalam jangka waktu tertentu.

Sehingga dapat diketahui jika terjadi hujan maka para pedagang kaki lima di Jalan Niaga kesusahan dalam memberikan tempat yang nyaman untuk pelanggan karena tempat untuk mereka duduk basah, sehingga jika musim hujan tiba maka sedikit pelanggan yang berdatangan.