

Eksistensi Pedagang Kaki Lima Di Jalan Arteri Primer Kota Singaraja

Amirul Ikram^{1*}, I Made Sarmita¹, I Putu Ananda Citra¹

¹Universitas Pendidikan Ganesha, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received 19 October 2020
Received in revised form
31 October 2020
Accepted 28 December
2020
Available online 31
December 2020

Kata Kunci:

Eksistensi;
Pedagang Kaki Lima;
Jalan Arteri Primer

Keywords:

Eksistence;
Street Vendors;
Arteri Primer Street

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor yang melatarbelakangi eksistensi Pedagang Kaki Lima (PKL) di jalan Arteri Primer Kota Singaraja, Bali, dengan fokus penelitian pada karakteristik, motivasi dan strategi PKL. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan analisis kualitatif dengan responden sebanyak 43 orang yang ditentukan sesuai kriteria penelitian. Pengumpulan data menggunakan metode observasi dan wawancara mendalam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik PKL di Jalan Arteri Primer, Kota Singaraja didominasi oleh orang yang tingkat pendidikannya pada jenjang SMP sebesar 41,86%. Lama berjualan selama 4 jam perhari, dengan penghasilan rata-rata kurang dari 500 ribu perhari. Motivasi utama dalam penentuan lokasi PKL adalah mencari tempat strategis (48,84%), terutama oleh PKL yang berjualan jenis olahan nasi (85,71%) dan jagung bakar (14,29%). Strategi utama yang dominan digunakan oleh PKL adalah public relation atau membangun hubungan dengan konsumen (62,79%), terutama PKL yang berjualan olahan nasi (62,96%), olahan tepung (11,11%), dan kue atau jajanan (25,93%). Hasil penelitian ini bertujuan untuk memperkaya khazanah ilmu pengetahuan terhadap penelitian sejenis, serta sebagai pengembangan ilmu pada kajian Geografi Ekonomi khususnya pada bidang ketenagakerjaan, sektor informal. Jadi PKL di Kota Singaraja didominasi oleh orang

yang melakukan usaha peribadi, berpendidikan terakhir SMP, berumur 40 – 50 tahun, berjualan selama 3 sampai 4 jam perhari, dengan pendapatan kurang dari 500 perhari. Mencari tempat strategis dalam menentukan lokasi dengan public relation menjadi strategi yang digunakan, demi tetap eksisnya usaha yang mereka jalani.

ABSTRACT

This study aims at investigating the factors behind the existence of street vendors at Arteri Primer Street, Singaraja, Bali. This study focuses on the characteristics, motivation, and strategy of street vendors. This study uses descriptive qualitative method. There are 43 people involved in this research which are selected based on categories. The result of the study showed that the characteristics of street vendors at Arteri Primer Street, Singaraja are dominated by people whose education level is at the junior high school level by 41,86%. Working for 3-4 hours per day, with an average income of less than 500 thousand per day. Further, street vendors' the main motivations in order to determine the location are strategic place (48,84%), especially street vendors who sell rice (85,71%) and roasted corn (14,29%). Moreover, the main strategies used by street vendors are in the form of public relations or building relationships with consumers (62,79%), especially street vendors who sell rice (62,96%), starchy foods (11,11%), and cakes or snacks (25,93%). The results of this study aim to enrich the knowledge of similar research, and as the development of knowledge in the study of Economic Geography, especially in the field of employment, the informal sector. The street vendors in Singaraja City are dominated by people who are doing personal business, junior high school as last education, aged 40 – 50 years, selling for 3 to 4 hours per day, the income less than 500 per day. Public relations is the strategy used to determine the strategic location, in order to keep the business exist.

Copyright © Universitas Pendidikan Ganesha. All rights reserved.

* Corresponding author.

E-mail addresses: amirulikram05@gmail.com

1. Pendahuluan

Pedagang kaki lima (PKL) merupakan salah satu bagian dari sektor informal, yang berdasarkan status kerjanya termasuk dalam pekerja yang berusaha sendiri, berusaha sendiri dengan bantuan keluarga atau anggota keluarga dengan tidak dibayar (Nazara, 2010) dalam International Labour Organization (ILO). Menurut Widyaningrum (2009), PKL merupakan unit usaha informal yang dilakukan di pinggir jalan, dan merupakan perpanjangan dari usaha formal.

Fenomena informal PKL ini dapat dijumpai di berbagai daerah di Indonesia, diantaranya Provinsi Bali. Bali yang menjadi ikon pariwisata nasional di Indonesia, menjadikan daerah ini tidak hanya dikunjungi oleh para wisatawan untuk berlibur, namun juga menjadi salah satu tempat pengaduan nasib dalam dunia usaha bagi sebagian pendatang. Hal ini juga dapat dibuktikan dalam artikel Trendyari dan Yasa (2014), didapati sebesar 79% pendatang ke Kota Denpasar-Bali untuk mencari lapangan usaha, terutama pada usaha/jasa kemasyarakatan, sosial, dan perorangan dalam hal ini PKL menjadi salah satunya.

Kota Singaraja yang terletak di Kabupaten Buleleng, Provinsi Bali, sering disebut sebagai kota pendidikan memiliki faktor tersendiri dalam menarik pendatang. Diantaranya keberadaan salah satu kampus negeri yang ada di Bali yaitu Universitas Pendidikan Ganesha (Undiksha), membuat wilayah ini tidak akan lepas dari kegiatan sektor informal-PKL. Penelitian yang dilakukan oleh Rahayuni (2015) terhadap pola PKL yang ada di Kota Singaraja menyatakan, beberapa kawasan yang menjadikan lokasi penyebaran PKL yang ada di Kota Singaraja, diantaranya kawasan perumahan, pusat pendidikan, pusat rekreasi dan pertokoan/pasar.

Rahayuni (2015), mengatakan bahwa aktivitas PKL berkembang dengan mengikuti jalan penghubung atau yang menghubungkan jalan utama. Pola penyebaran PKL di Kota Singaraja yang dilakukan pada waktu pagi hingga sore hari tersebut dipengaruhi oleh lokasi yang terbilang strategis, dengan menempati kawasan perumahan, pusat pendidikan, pusat rekreasi dan pertokoan/pasar. Penentuan lokasi dalam menjalankan aktivitasnya mempertimbangkan adanya kegiatan atau aktivitas bersama pada waktu yang sama di sepanjang hari. Dampak yang ditimbulkan akibat keberadaan PKL berupa adanya kemacetan dan kesemrautan. Banyaknya sampah akibat aktivitas PKL yang tidak mengelola sampah dengan baik.

Pada malam hingga dini hari, PKL di Kota Singaraja tersebar tidak merata. Jika kita ulas dari penelitian sebelumnya, yang kurang mengidentifikasi masalah PKL yang berlokasi di jalan utama kota, terutama Jalan Arteri Primer yang merupakan jalan dengan kapasitas berdaya guna tinggi, yang menghubungkan antara pusat kegiatan kota dengan pusat kegiatan kota lainnya (PPRI, tentang Jalan), maka akan kurang rasanya. Jalan Gajah Mada, Jalan Ngurah Rai, Jalan A. Yani, Jalan Diponegoro dan Jalan Surapati yang tergolong dalam jenis Jalan Arteri Primer yang ada di Kota Singaraja akan sangat menarik kiranya untuk dikaji mengenai keberadaan PKL.

Di Jalan Arteri Primer Kota Singaraja, PKL yang berjualan pada malam hingga dini hari cukup unik keberadaannya. Walaupun sama-sama adanya aktivitas PKL, namun di masing-masing lokasi tersebut berbeda dari segi ramainya aktivitas PKL. Jika diperhatikan munculnya aktivitas PKL malam hingga dini hari lebih banyak atau lebih besar pada Jalan A. Yani. Kemunculan PKL malam hingga dini hari, terutama di Jalan A. Yani tersebut menjadi sesuatu yang menarik untuk dikaji lebih jauh, dikarenakan pada lokasi tersebut aktivitas PKL siang hari sangat minim, sedangkan pada malam hingga dini hari memiliki aktivitas PKL yang cukup ramai. Hal tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1 Perbandingan PKL Malam Hari dan Siang Hari

Dari hal tersebut menarik kiranya untuk mengkaji fenomena PKL yang berjualan pada malam hingga dini hari lebih jauh. Dikarenakan penelitian sebelumnya kurang atau jarang yang membahas aktivitas PKL malam hingga dini hari. Rumusan masalah yang diangkat mempertanyakan bagaimana karakteristik PKL, motivasi PKL, serta strategi yang digunakan oleh PKL dalam menarik minat pembelinya, sehingga dapat diketahui pengaruhnya terhadap eksistensi PKL di Jalan Arteri Primer, Kota Singaraja.

2. Metode

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif, yaitu dengan menggambarkan proses atau pola berdasarkan gejala, peristiwa, atau suatu kejadian yang terjadi berdasarkan fenomena kegiatan usaha yang terjadi, terutama pada proses jual beli yang ada di Kota Singaraja, tepatnya di Jalan Arteri Primer, Kota Singaraja, dengan analisis yang digunakan adalah analisis kualitatif, yaitu analisis yang dilakukan terhadap semua pernyataan pedagang sebagai subjek penelitian yang dipaparkan dalam bentuk narasi.

Penelitian ini berlokasi di jalan Arteri Primer, Kota Singaraja, Kabupaten Buleleng, Provinsi Bali, tepatnya pada Jalan Gajah Mada, Jalan Ngurah Rai, Jalan A. Yani, Jalan Diponegoro dan Jalan Surapati, sebagai jalan yang dengan kapasitas berdaya guna tinggi. Sumber data sebanyak 43 PKL yang merupakan data dari seluruh populasi yang ada. Hal ini dikarenakan sifat data terbilang homogen, dengan kriteria berupa PKL yang melakukan usaha di trotoar dan/atau bahu jalan, berjualan pada malam hingga dini hari, yaitu minimal dari jam 19.00 sampai maksimal hingga jam 03.00 Wita, menggunakan sarana meja dan/atau rongseng, dan setiap berdagang berada di titik lokasi yang sama.

Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini berupa karakteristik PKL, motivasi PKL dan strategi yang digunakan oleh PKL dalam menarik minat pembeli/konsumen. Teknik pengumpulan data berupa observasi dan wawancara mendalam (*in depth interview*), dengan instrumen yaitu lembar observasi dan pedoman wawancara. Observasi merupakan metode pengumpulan data dengan cara melakukan pencatatan kondisi lapangan secara langsung yang dilakukan secara sistematis, sedangkan wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan cara tanya jawab yang dikerjakan dengan sistematis dan berlandaskan tujuan penelitian (Idrus, 2009). Teknik analisis data pada penelitian ini adalah dengan membandingkan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yang sejenis, yang kemudian ditarik kesimpulan pada kecenderungan sebuah fenomena yang ditemui dan diuraikan dalam bentuk narasi.

3. Hasil dan pembahasan

Kota Singaraja terletak pada $8^{\circ}3'40''$ - $8^{\circ}23'00''$ LS dan $114^{\circ}25'55''$ - $115^{\circ}27'28''$ BT, dengan luas $27,89$ km². Kepadatan penduduk Kota Singaraja tergolong sangat padat dengan jumlah penduduk 109.468 jiwa. Hal ini dapat berpengaruh terhadap kesuksesan penjualan dan/atau bahkan juga berpengaruh terhadap perkembangan sektor informal seperti PKL di Kota Singaraja. Persebaran PKL yang berjualan pada malam hingga dini hari di Jalan Arteri Primer sebanyak 43 PKL, diantaranya 7 PKL di Jalan Gajah Mada, 5 PKL di Jalan Ngurah Rai, 16 PKL di Jalan A. Yani, 7 PKL di Jalan Diponegoro, dan 8 PKL di Jalan Surapati. Adapun jenis dagangannya dapat dilihat pada Tabel 1

Tabel 1. Jenis-Jenis PKL

No	Jenis PKL	Total	
		N	%
1	Olahan Nasi	22	51,16
2	Olahan Tepung	4	9,30
3	Kue/Jajanan	9	20,93
4	Jagung Bakar	3	6,98
5	Lauk Pauk	4	9,30
6	Minuman	1	2,33

Karakteristik Pedagang Kaki Lima (PKL) di Jalan Arteri Primer, Kota Singaraja

Karakteristik dapat juga diartikan sebagai ciri, atau bisa diartikan sebagai sifat khas yang sesuai dengan kriteria/perwatakan mengenai objek tertentu. Pada dasarnya karakteristik memiliki sifat tertentu yang membuatnya menjadi sesuatu yang berbeda dari pada yang lainnya. Pada penelitian ini PKL dilihat dari karakter sosial, ekonomi, dan demografi. Berikut pembahasan mengenai karakteristik PKL di Jalan Arteri Primer, Kota Singaraja.

Tabel 2. Karakteristik PKL Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah					Total	Persentase (%)
		Gajah Mada	Ngurah Rai	A. Yani	Diponegoro	Surapati		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
1	SD	1	-	8	-	2	11	25,58
2	SMP	4	3	4	3	4	18	41,86
3	SMA	2	2	3	4	2	13	30,23
4	Perguruan Tinggi	-	-	1	-	-	1	2,33

Pada Tabel 2 karakteristik sosial pada PKL di Jalan Arteri Primer, Kota Singaraja didominasi oleh orang yang tingkat pendidikannya pada jenjang SMP, yaitu sebanyak 18 responden (41,86%), dan selebihnya pada tingkat SMA, SD, dan perguruan tinggi. Hasil ini sedikit berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Winoto dan Budiani (2017) yang meneliti karakteristik dan faktor pemilihan lokasi PKL di Kota Yogyakarta. Hasil penelitian tersebut sebesar 43 dari 93 responden berjenjang pendidikan pada tingkat SMA.

Tabel 3. Karakteristik PKL Berdasarkan Tipe Usaha dan Pengalaman Berjualan

No	Aspek	Satuan Ukur	Jumlah					Total	Persentase (%)
			Gajah Mada	Ngurah Rai	A. Yani	Diponegoro	Surapati		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
1	Tipe Usaha	Keluarga	6	5	15	7	8	41	95,35
		Non keluarga	1	-	1	-	-	2	4,65
2	Pengalaman berdagang	< 10 Tahun	2	4	7	7	8	28	65,12
		> 10 Tahun	5	1	9	-	-	15	34,88

Berdasarkan Tabel 3 usaha yang dilakukan PKL pada penelitian ini didominasi oleh usaha yang dilakukan untuk pemenuhan tanggungan keluarga, sebanyak 41 responden atau sebesar 95,35%.

Berbanding lurus dengan penelitian yang dilakukan oleh Handayani (2013) bahwa PKL di Sentra PKL Surabaya dilakukan dalam memenuhi kebutuhan keluarga. Pengalaman berdagang PKL pada penelitian ini dominan kurang dari 10 tahun, sebanyak 28 responden atau sebesar 65,12%, ini berbanding lurus dengan Winoto dan Budiani (2017) yang meneliti karakteristik dan faktor pemilihan lokasi PKL di Kota Yogyakarta, dengan hasil 62 dari 93 responden sudah melakukan usaha kurang dari 10 tahun.

Tabel 4. Karakteristik PKL Berdasarkan Lama Waktu Berjualan

No	Satuan Ukur	Jumlah					Total	Persentase (%)
		Gajah Mada	Ngurah Rai	A. Yani	Diponegoro	Surapati		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
1	3 Jam	3	-	-	-	3	6	13,95
2	4 Jam	4	1	3	2	4	14	32,56
3	5 Jam	-	4	5	3	1	13	30,23
4	6 Jam	-	-	3	2	-	5	11,63
5	7 Jam	-	-	-	-	-	0	0
6	8 Jam	-	-	5	-	-	5	11,63

Tabel 4 menjelaskan waktu berjualan PKL pada penelitian ini dominan 4 jam berjualan per malam, yaitu sebanyak 14 responden atau 32,56%, yang disesuaikan dengan waktu berjualan yaitu malam hari dan habisnya barang dagangan. Hal ini sedikit berbeda dengan Handayani (2013), dengan hasil penelitian terhadap alokasi waktu berjualan dominan dari 7-8 jam

Tabel 5. Karakteristik PKL Berdasarkan Modal dan Pendapatan

No	Aspek	Satuan Ukur	Jumlah					Total	Persentase (%)
			Gajah Mada	Ngurah Rai	A. Yani	Diponegoro	Surapati		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	
1	Modal/malam	<500 Ribu	6	5	14	5	6	36	83,72
		>500 Ribu	1	-	2	2	2	7	16,28
2	Pendapatan/malam	<500 Ribu	7	5	14	6	6	38	88,37
		>500 Ribu	-	-	2	1	2	5	11,63

Tabel 5 menjelaskan modal dan pendapatan PKL pada penelitian ini dominan dengan pendapatan dibawah 500 ribu dengan pendapatan yang sama yaitu kurang dari 500 ribu per malam, dengan persentase 83,72% dan 88,37%. Berbanding lurus dengan penelitian yang dilakukan oleh Bastiana, dkk (2019), yaitu penelitian karakteristik umum PKL di Kota Makassar dengan pendapatan yang kurang 500 ribu perhari.

Tabel 6. Karakteristik PKL Berdasarkan Umur

No	Umur	Jumlah					Total	Persentase (%)
		Gajah Mada	Ngurah Rai	A. Yani	Diponegoro	Surapati		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
1	20 - 30 Tahun	1	1	1	-	-	3	6,98
2	30 - 40 Tahun	-	1	4	4	5	14	32,56
3	40 - 50 Tahun	6	3	9	3	3	24	55,81
4	>50 Tahun	-	-	2	-	-	2	4,65

Tabel 6 menjelaskan bahwa PKL pada penelitian ini didominasi oleh orang yang berusia 40-50 tahun sebanyak 24 responden (55,81%) atau bisa dikatakan lebih dari setengah PKL berada pada usia tersebut. Hal ini berbanding lurus dengan penelitian Bastiana, dkk (2019) dengan hasil pada usia PKL dominan pada usia 31-50 tahun.

Tabel 7. Karakteristik PKL Berdasarkan Status Kependudukan

No	Status Kependudukan	Jumlah					Total	Persentase (%)
		Gajah Mada	Ngurah Rai	A. Yani	Diponegoro	Surapati		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
1	Migran	3	3	1	-	2	9	20,93
2	Penduduk asli	4	2	15	7	6	34	79,07

Pada Tabel 7 menjelaskan status kependudukan pada penelitian ini didominasi oleh PKL yang merupakan penduduk asli Kota Singaraja sebanyak 34 responden atau 79,07%. Hasil tersebut berbanding lurus dengan Winoto dan Budiani (2017), sedangkan pada Handayani (2013) berbanding terbalik dari temuan pada PKL di Jalan Arteri Primer, Kota Singaraja ini.

Motivasi Pedagang Kaki Lima (PKL) di Jalan Arteri Primer, Kota Singaraja

Banyak faktor yang dapat membangun motivasi, baik dari diri sendiri maupun faktor dari luar diri. Sebagai suatu faktor pendorong, motivasi menjadi sangat dimiliki oleh seorang individu maupun kelompok untuk terus menempuh kehidupan menjalani perkembangan roda jaman yang terkadang tidak dapat diprediksi. Pada pembahasan ini motivasi dikaji dari segi motivasi sosial, motivasi ekonomi dan motivasi aksesibilitas para PKL.

Tabel 8. Motivasi PKL Berdasarkan Pemilihan Lokasi Berjualan

No	Pemilihan Lokasi	Jumlah					Total	Persentase (%)
		Gajah Mada	Ngurah Rai	A. Yani	Diponegoro	Surapati		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
1	Dekat Keramaian	-	2	-	-	1	3	6,98
2	Dekat Tempat Tinggal	1	-	3	7	4	15	34,88
3	Dirasa Strategis	5	3	9	1	3	21	48,84
4	Meneruskan Usaha	-	-	2	-	-	2	4,65
5	Alasan lainnya	1	-	2	1	-	4	9,30

Tabel 8 menjelaskan pada pemilihan lokasi, lokasi yang dirasa strategis menjadi faktor dominan yang menyebabkan PKL dalam memilih lokasi berjualan dengan 21 responden atau sebesar 48,84%. Ini terjadi pada Jalan A. Yani dekat Pasar Anyar yang merupakan pusat keramaian Kota Singaraja, Jalan Ngurah Rai yang memiliki tempat rekreasi taman kota. Namun pada Jalan Diponegoro dan Jalan Surapati lebih dominan beralasan dekat dengan tempat tinggal sebagai pemilihan lokasi dalam berjualan, dikarenakan pembeli lebih banyak adalah penduduk sekitar lokasi. Kedua hal tersebut sejalan dengan pemaparan Sapar, Lumintang dan Susanto (2006) yang mengkaji perilaku usaha PKL di Kota Bogor, dengan hasil bahwa motivasi sosial PKL dalam pemilihan lokasi dominan pada tempat yang strategis dan dekat dengan tempat tinggal PKL.

Tabel 9. Motivasi PKL Berdasarkan Biaya Pangkal

No	Biaya Pangkal	Jumlah					Total	Persentase (%)
		Gajah Mada	Ngu rah Rai	A. Yani	Dipo nogo ro	Sura pati		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
1	Ada	1	2	4	-	2	9	20,93
2	Tidak Ada	6	3	12	7	6	34	79,07

Menurut Utdwinata dan Murni (2019), memaparkan bahwa PKL biasa memilih lokasi yang sekiranya minim pada segi ekonomi. Begitu pula pada PKL yang ada di Jalan Arteri Primer, Kota Singaraja pada penelitian ini. Pada Tabel 9 motivasi berjalan di lokasi masing-masing dikarenakan rendahnya biaya pangkal bahkan sampai tidak ada. Biaya pangkal yang rendah hingga tidak ada tersebut juga dipengaruhi oleh aktivitas PKL yang berjalan pada malam hingga dini hari.

Tabel 10. Motivasi PKL Berdasarkan Jarak Rumah Ke Lokasi Berjualan

No	Jarak Tempat Tinggal	Jumlah					Total	Persentase (%)
		Gajah Mada	Ngu rah Rai	A. Yani	Dipo nogo ro	Sura pati		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
1	0 Sampai <2 km	4	-	3	7	6	20	46,51
2	2 Sampai <4 km	3	5	13	-	2	23	53,49

Pada Tabel 10 berdasarkan jarak tempat tinggal ke lokasi PKL melakukan usaha, tidak lebih dari 4 Kilometer (Km). Berdasarkan hasil yang diperoleh lebih dari setengah responden memiliki jarak tempat tinggal ke lokasi berjualan antara 2 hingga 4 km, yang diakses menggunakan kendaraan seperti sepeda motor dengan meja atau rombongan sudah dilokasi berjualan, dan ada pula yang berjalan kaki dengan mendorong rombongan jualannya dari rumah. Motivasi aksesibilitas tersebut berbanding lurus dengan penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi usaha PKL di Pantai Penimbangan Kabupaten Buleleng, yang dilakukan oleh Sastrawan, Haris, & Suwena (2015), dengan hasil salah satu faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi PKL dalam melakukan usaha berupa faktor aksesibilitas yang baik bagi PKL tersebut.

Dari motivasi sosial, ekonomi dan aksesibilitas tersebut, motivasi utama yang menjadi faktor pendorong PKL melakukan usaha di Jalan Arteri Primer, Kota Singaraja, berupa Motivasi Sosial. Yaitu lokasi yang dirasa strategis menjadi motivasi PKL dalam menjalankan usahanya di Jalan Arteri Primer, Kota Singaraja. Faktor pendorong berdasarkan lokasi yang dirasa strategis ini umumnya dilakukan oleh jenis PKL yang berjualan olahan nasi dan jagung bakar.

Strategi Pedagang Kaki Lima (PKL) di Jalan Arteri Primer, Kota Singaraja

Strategi sangat dibutuhkan di berbagai kalangan yang digunakan untuk mencapai tujuan yang diinginkan, begitu pula PKL. Sebagai jenis usaha ekonomi menengah, PKL dalam menarik konsumen untuk menikmati barang dagangannya lebih menggunakan strategi sosial ekonomi yang terbagi dalam dua aspek yaitu hubungan dengan konsumen dan medel pemasaran para PKL. Pada penggunaan strategi, terkadang PKL tidak hanya menggunakan satu model strategi, sehingga pada model pemasaran angka jumlah akan tidak sesuai dengan jumlah responden yang sudah ditetapkan.

Tabel 11. Strategi PKL Berdasarkan Hubungan dengan Konsumen

No	Satuan ukur	Jumlah					Total	Persen tase (%)
		Gajah Mada	Ngurah Rai	A. Yani	Diponegoro	Surapati		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
1	Membangun Hubungan dengan konsumen	3	4	9	6	5	27	62,79
2	Tidak membangun hubungan dengan konsumen	4	1	7	1	3	16	37,21

Pada Tabel 13 *public relation* menjadi penerapan strategi yang cukup banyak digunakan oleh para PKL. Penerapan strategi ini dilakukan dengan penjual yang sering menyempatkan waktu dengan masyarakat sekitar walau hanya sekedar berbincang tanpa adanya transaksi jual beli, serta ramah kepada pelanggan. Strategi ini digunakan karena tidak membutuhkan modal uang dalam penerapannya, sehingga PKL sebagai sektor ekonomi menengah kebawah menggunakannya. Terbukti dari 5 lokasi PKL yang diteliti hanya satu ruas jalan yang PKLnya lebih dominan tidak membangun hubungan, yaitu pada Jalan Gajah Mada dengan 4 dari 7 PKL yang tidak membangun hubungan dengan konsumen. Strategi PKL ini juga ditemui pada Rahayu dan Fitanto (2012), yaitu dengan menjalin hubungan baik dengan masyarakat sekitar dan adanya perlakuan khusus pada pelanggan setianya.

Pada aspek *Personal selling*, yang memiliki arti penjualan perseorangan yang berinteraksi secara langsung dengan menyesuaikan kebutuhan konsumen akan umum digunakan oleh para pedagang. Begitu pula PKL yang ada di Jalan Arteri Primer, Kota Singaraja ini. Pada penelitian ini, penerapan strategi tersebut dilakukan dengan menjual olahan nasi yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan makan malam bagi semua kalangan pembeli. Hal ini sejalan dengan Mahendra (2015) dengan penelitian keterkaitan modal sosial dengan strategi kelangsungan usaha pedagang sektor informal di kawasan waduk mulur, yang mengatakan salah satu hal yang dapat dilakukan demi tetap berlangsungnya pemasaran berupa strategi dalam pemenuhan kebutuhan konsumen.

Tabel 12. Strategi PKL Berdasarkan Model Pemasaran

No	Model Pemasaran	Jumlah					Total	Persen tase (%)
		Gajah Mada	Ngurah Rai	A. Yani	Diponegoro	Surapati		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
1	Mencari tempat strategis	-	2	-	-	1	3	6,98
2	Mempertahankan keberadaan	7	3	12	4	6	32	74,42
3	Menghias lapak	-	-	2	1	-	3	6,98
4	Membuat menu baru	-	-	2	2	2	6	13,95
5	Menyapa konsumen untuk membeli	-	2	5	-	-	7	16,28

Pada model pemasaran, menurut Widjajanti (2009) strategi PKL dalam menarik konsumen cenderung memanfaatkan aktivitas-aktivitas sektor formal seperti pusat perbelanjaan dan usaha sektor formal lainnya. Namun hal ini tidak berlaku bagi PKL yang berjualan malam hingga dini hari di Jalan Arteri Primer Kota Singaraja, hanya salah satu pelaku saja yang melakukannya, yaitu PKL pada Jalan Surapati. Strategi pada model pemasaran dominan terjadi berupa strategi PKL dengan mempertahankan

keberadaannya, seperti yang sering dilakukan oleh PKL yang ada di Jalan Gajah Mada dan Jalan A. Yani. Namun hal ini tidak ditemukan pada penelitian-penelitian sebelumnya, sehingga dalam hal ini merupakan strategi unik yang banyak dilakukan oleh PKL di Jalan Arteri Primer Kota Singaraja.

4. Simpulan dan saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan mengenai karakteristik, motivasi dan strategi yang digunakan oleh PKL yang ada di Arteri Primer, Kota Singaraja, maka dapat disimpulkan sebagai berikut. PKL di Jalan Arteri Primer, Kota Singaraja didominasi oleh orang yang tingkat pendidikannya pada jenjang SMP. Usaha PKL yang dijalankan rata-rata merupakan usaha milik sendiri dengan pengalaman berjualan dari 1 – 20 tahun. Lama berjualan dominan selama 3 sampai 4 jam perhari, dengan modal dan serta pendapatan kurang dari 500 ribu perhari. PKL yang didominasi oleh orang yang berusia 40 hingga 50 tahun lebih banyak yang sudah berstatus sudah menikah, dan rata-rata merupakan penduduk asli Kota Singaraja. Lokasi yang dirasa strategis menjadi pendorong motivasi PKL dalam menentukan posisinya berjualan. Selain itu kecilnya biaya pangkal bahkan tidak ada juga menjadi faktor bagi PKL menentukan lokasi, dengan jarak rumah ke lokasi berjualan kurang dari 4 Km, menjadi faktor bagi PKL menentukan lokasi berjualan. Strategi yang dominan digunakan berupa public relation yaitu membangun hubungan dengan konsumen. Penggunaan strategi dengan mempertahankan keberadaannya menjadi keunikan tersendiri bagi PKL pada penelitian ini. Terbukti di semua ruas jalan yang diteliti, strategi ini umum menjadi cara yang PKL gunakan dalam menarik minat konsumen, sehingga tetap eksisnya usaha yang mereka geluti. Berdasarkan manfaat penelitian, maka saran yang diajukan berupa, bagi PKL di Kota Singaraja, dalam menarik pelanggan untuk lebih maksimal lagi, diperlukan inovasi-inovasi yang menarik dalam menjajakan barang dagangan yang dijual. Serta penataan tempat berjualan untuk dimaksimalkan. Bagi pemerintah, supaya adanya relokasi untuk tempat bagi para PKL melakukan usahanya agar tidak mengganggu pemandangan kota pada malam hari. Bagi masyarakat Kota Singaraja, supaya tidak hanya berbelanja di toko waralaba saja. Peningkatan ekonomi bagi kalangan ekonomi menengah kebawah dipengaruhi oleh gaya hidup masyarakat dalam mengindahkan usaha yang dilakukan pedagang mikro, kecil dan menengah.

Daftar Rujukan

- Bastiana, Agustang, A., Jumadi, & Najamuddin. (2019). Karakteristik Umum dan Tingkat Pendapatan Pedagang Kaki Lima (PKL) Kota Makassar. *PROSIDING SEMINAR NASIONAL LP2M UNM - 2019*.
- Handayani, C. M. S. (2013). Karakteristik Pedagang Kaki Lima (PKL) Di Sentra PKL Surabaya. *Majalah Ekonomi*, 17(2).
- Idrus, M. (2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Jakarta: Erlangga.
- Mahendra, S. (2015). Keterkaitan Modal Sosial Dengan Strategi Kelangsungan Usaha Pedagang Sektor Informal Di Kawasan Waduk Mulur: Studi Kasus Pada Pedagang Sektor Informal Di Kawasan Waduk Mulur Kelurahan Mulur Kecamatan Bendosari Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 4(2), 10–30.
- Nazara. (2010). Ekonomi Informal di Indonesia: Ukuran, Komposisi, dan Evolusi. *Organisasi Perburuhan Internasional*.
- Rahayu, Y. S., & Fitanto, B. (2012). Strategi Pedagang Pasar Tradisional Menghadapi Persaingan Dengan Retail Modern Dan Preferensi Konsumen (Studi Kasus Pada Pasar Legi Kota Blitar). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1(2).
- Rahayuni, I. G. A. A., Treman, I. wayan, & Citra, I. P. A. (2015). Ekonomi Informal di Indonesia: Ukuran, Komposisi, dan Evolusi. *Jurnal Pendidikan Geografi Undiksha*, 3(2).
- Sapar, Lumintang, R. W. E., & Susanto, D. (2006). Faktor-Faktor Yang Berkaitan Dengan Perilaku Kewirausahaan Pedagang Kakilima (Kasus Pedagang Kakilima Pemakai gerobak Usaha Makanan Di Kota Bogor). *JURNAL P ENYULUHAN*, 2(2).
- Sastrawan, I. W., Haris, I. A., & Suwena, K. R. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Usaha Pedagang Kaki Lima Di Pantai Penimbangan Kecamatan Buleleng, Kabupaten Buleleng. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 5(1).
- Trendyari, A. A. T., & Yasa, I. N. M. (2014). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Migrasi Masuk Ke Kota Denpasar. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 3(10).
- Utdwinata, T., & Murtini, S. (2019). Kajian Eksistensi Pedagang Kaki Lima Di Dupak Magersari Kelurahan

Jepara Kecamatan Bubutan Kota Surabaya. *Swara Bhumi*, 1(2).

Widjajanti, R. (2009). Karakteristik Aktivitas Pedagang Kaki Lima Pada Kawasan Komersial Di Pusat Kota Studi Kasus: Simpang Lima Semarang. *Teknik*, 30(3).

Widyaningrum, N. (2009). Kota Dan Pedagang Kaki Lima. *Jurnal Analisis Sosial*, 1(18).

Winoto, A., & Budiani, S. R. (2017). Kajian Karakteristik Dan Faktor Pemilihan Lokasi Pedagang Kaki Lima Di Kota Yogyakarta. *Jurnal Bumi Indonesia*, 6(1).