SKRIPSI

FAKTOR-FAKTOR RENDAHNYA MINAT PEDAGANG KAKI LIMA (PKL) BERJUALAN DI NUWO INTAN KOTA METRO

Oleh:

YEPI RATMANTI
NPM. 13104854

Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1441 H / 2020 M

FAKTOR-FAKTOR RENDAHNYA MINAT PEDAGANG KAKI LIMA (PKL) BERJUALAN DI NUWO INTAN KOTA METRO

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

YEPI RATMANTI
NPM. 13104854

Pembimbing I : Drs. Dri Santoso, MH.
Pembimbing II : Selvia Nuriasari, M.E.I

Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1441 H / 2020 M

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (satu) berkas
Hal : **Pengajuan Proposal Penelitian**

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
Di _
Tempat

Assalammu'alaikum Wr. Wb.

Setelah Kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya maka proposal saudara:

Nama : **YEPI RATMANTI**
NPM : 13104854
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul : **FAKTOR-FAKTOR RENDAHNYA MINAT PEDAGANG KAKI LIMA BERJUALAN DI NUWO INTAN KOTA METRO**

Sudah dapat kami setujui dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk diseminarkan.

Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalammu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 2 Juli 2020

Pembimbing I,	Pembimbing II,
Drs. Dri Santoso, MH.	**Selvia Nuriasari, M.E.I**
NIP. 19670316 199503 1 001	NIP. 19810828 200912 2 003

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Proposal : **FAKTOR-FAKTOR RENDAHNYA MINAT PEDAGANG KAKI LIMA BERJUALAN DI NUWO INTAN KOTA METRO**

Nama : **YEPI RATMANTI**

NPM : 13104854

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syariah

MENYETUJUI

Untuk diseminarkan dalam seminar proposal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Metro, 2 Juli 2020

Pembimbing I,	Pembimbing II,
Drs. Dri Santoso, MH.	**Selvia Nuriasari, M.E.I**
NIP. 19670316 199503 1 001	NIP. 19810828 200912 2 003

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No. : B-2276/In.28.3/D/PP.009/07/2020

Skripsi dengan Judul: FAKTOR-FAKTOR RENDAHNYA MINAT PEDAGANG KAKI LIMA (PKL) BERJUALAN DI NUWO INTAN KOTA METRO, disusun Oleh: YEPI RATMANTI, NPM: 13104854, Jurusan: Ekonomi Syariah, telah diujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas: Ekonomi dan Bisnis Islam pada Hari/Tanggal: Jum'at/10 Juli 2020.

TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator	: Drs. Dri Santoso, MH.	(.....)
Penguji I	: Rina El Maza, S.H.I.,M.S.I	(.....)
Penguji II	: Selvia Nuriasari, M.E.I	(.....)
Sekretaris	: Ani Nurul Imtihanah, S.H.I.,M.S.I	(.....)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum
NIP. 19720923 200003 2 002

ABSTRAK

FAKTOR-FAKTOR RENDAHNYA MINAT PEDAGANG KAKI LIMA (PKL) BERJUALAN DI NUWO INTAN KOTA METRO

Oleh

YEPI RATMANTI

Pedagang kaki lima adalah orang-orang golongan ekonomi lemah, yang berjualan barang–barang kebutuhan sehari- hari, makanan, atau jasa yang modalnya relatif sangat kecil, modal sendiri atau modal orang lain, baik berjualan di tempat terlarang maupun tidak. Pedagang Kaki Lima merupakan pedagang yang terdiri dari orang–orang yang menjual barang–barang atau jasa dari tempat-tempat masyarakat umum, terutama di jalan–jalan atau di trotoar. Salah satu tempat yang disediakan oleh pemerintah kota Metro yakni di Nuwo Intan Metro Timur.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Faktor-faktor yang Mempengaruhi Rendahnya Minat Pedagang Kaki Lima Berjualan di Nuwo Intan Kota Metro.Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan *(Field research),* adapun sifat penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Penelitian ini menggunakan cara berfikir induktif, dengan menggunakan sumber data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi.Wawancara dilakukan kepada para bedagang kaki lima (PKL) baik yang masih ada di Nuwo Intan ataupun yang sudah tidak lagi berjualan di Nuwo Intan. Observasi dilakukan untuk mengamati kegiatan jual beli secara langsung, dan dokumentasi digunakan sebagai pelengkap guna memperoleh data sebagai bahan informasi yang berupa data-data terkait dengan kegiatan jual beli para pedagang kaki lima.

Hasil penelitian ini menunjukkan ada banyak faktor yang menyebabkan para pedagang kaki lima (PKL) kurang berminat untuk berjualan di Nuwo Intan kota Metro, dari banyaknya faktor terdapat 5 faktor yang sangat dominan dalam mempengaruhi minat para pedagang kaki lima yaitu diantaranya: Lingkungan Pemasaran pelaku pedagang kaki lima enggan untuk berpindah tempat berjualan ke Nuwo Intan karena Lingkungan Pemasaran yang ada di Nuwo Intan kurang strategis, dimana di Nuwo Intan sangat sepi pengunjung dan menyebabkan menurunya pendapatan para PKL yang ada di Nuwo Intan, Bahan Baku, bahan baku yang mudah di dapat didapatkan di toko-toko dan tidak dengan musim, hal ini sangat berpengaruh dengan penjualan sebab bahan baku sulit didapat maka produk tidak ada untuk dijuala, Harga yang tidak Stabil kualitas dengan adanya daya saing maka para PKL membuat produk yang baik maka konsumenpun akan mampu memilih yang terbaik mempertahankan kualitas produknya agar tetap terjaga dengan baik, Masuknya Pedagang Baru Masuknya pendatang baru dalam usaha dapat meningkatkan intensitas persaingan antar pelaku usaha.Masuknya pendatang baru tergantung pada mudah tidaknya hambatan masuk dalam usaha, dan Promosi yang tidak Merata, dengan mengandalkan kualitas harga, rasa, dan efisiensi produk makanan yang djual menjadi salah satu faktor utaman penunjang promisi yang lakukan.

Kata Kunci: Pedagang Kaki Lima, Nuwo Intan Metro Timur.

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: YEPI RATMANTI
NPM	: 13104854
Jurusan	: Ekonomi Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, Juli 2020
Yang Menyatakan,

METERAI TEMPEL
TGL. 20
23DECAHF475797575
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Yepi Ratmanti
NPM. 13104854

MOTTO

وَقُلِ ٱعۡمَلُواْ فَسَيَرَى ٱللَّهُ عَمَلَكُمۡ وَرَسُولُهُۥ وَٱلۡمُؤۡمِنُونَۖ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عَٰلِمِ ٱلۡغَيۡبِ وَٱلشَّهَٰدَةِ فَيُنَبِّئُكُم بِمَا كُنتُمۡ تَعۡمَلُونَ ١٠٥

Artinya: *dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, Maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.* (Q.S. At-Taubah: 105)

PERSEMBAHAN

Dengan kerendahan hati dan rasa syukur kepada Allah SWT, penulis persembahkan skripsi ini kepada:

1. Ayahanda Suratman dan Ibunda Lasiyem yang sangat peneliti sayangi, yang tanpa kenal lelah memberikan kasih sayang, mendo'akan, motivasi serta dukungan demi keberhasilan peneliti.
2. Adikku tercinta Firman Sapei yang selalu memberikan doa dan dukungan untuk keberhasilan peneliti.
3. Almamater Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, atas taufik hidayah dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini. Penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dalam upaya penyelesaian skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag, sebagai Rektor IAIN Metro,
2. Ibu Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum, sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Bapak Dharma Setyawan, MA, sebagai Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
4. Bapak Drs. Dri Santoso, MH., sebagai Pembimbing I pada penelitian ini, yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga kepada peneliti.
5. Ibu Selvia Nuriasari, M.E.I., sebagai Pembimbing II pada skripsi ini, yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga kepada peneliti.
6. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan.

Kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan kelapangan dada. Dan akhirnya semoga skripsi ini kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu Ekonomi Syariah.

Metro, Juli 2020
Peneliti,

Yepi Ratmanti
NPM. 13104854

DAFTAR ISI

		Hal.
HALAMAN SAMPUL		**i**
HALAMAN JUDUL		**ii**
NOTA DINAS		**iii**
PERSETUJUAN		**iv**
PENGESAHAN		**v**
ABSTRAK		**vi**
ORISINALITAS PENELITIAN		**vii**
MOTTO		**viii**
PERSEMBAHAN		**ix**
KATA PENGANTAR		**x**
DAFTAR ISI		**xii**
DAFTAR LAMPIRAN		**xv**
BAB I	**PENDAHULUAN**	**1**
	A. Latar Belakang Masalah	1
	B. Pertanyaan Penelitian	5
	C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
	D. Penelitian Relevan	5
BAB II	**LANDASAN TEORI**	**8**
	A. Pedagang Kaki Lima	8
	1. Pengertian Pedagang Kaki Lima	8
	2. Karakteristik Pedagang Kaki Lima (PKL)	12
	3. Faktor yang Menyebabkan Pedagang Memilih Lokasi untuk Usaha	14
	B. Pemasaran	18
	1. Faktor Pemasaran	18
	2. Bauran Pemasaran	21

C. Perilaku Pembelian Konsumen 27
1. Faktor Budaya 27
2. Faktor Sosial 28
3. Faktor Psikologis 30

BAB III METODE PENELITIAN 31
A. Jenis dan Sifat Penelitian 31
B. Sumber Data 33
C. Teknik Pengumpulan Data 34
D. Teknik Analisa Data 36

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 38
A. Sejarah Kota Metro 38
B. Gambaran Umum Nuwo Intan Kota Metro 39
C. RT Yosorejo 42
D. Faktor-Faktor Rendahnya Minat Pedagang Kaki Lima Berjualan di Nuwo Intan Kota Metro 44

BAB V PENUTUP 51
A. Kesimpulan 51
B. Saran 51

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Bimbingan
2. Outline
3. Alat Pengumpul Data
4. Surat Research
5. Surat Tugas
6. Surat Balasan Izin Research
7. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
8. Foto-foto Penelitian
9. Surat Keterangan Bebas Pustaka
10. Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang dalam pengelompokan negara berdasarkan taraf kesejahteraan masyarakatnya, salah satu permasalahan yang dihadapi oleh negara-negara berkembang termasuk Indonesia adalah masalah pengangguran. Pengangguran merupakan masalah yang sangat komplain karena memengaruhi sekaligus dipengaruhi oleh banyak faktor yang saling berinteraksi mengikuti pola yang tidak selalu mudah untuk dipahami, apabila pengangguran tersebut tidak segera diatasi, maka dapat menimbulkan kerawanan sosial dan berpotensi mengakibatkan kemiskinan.[1]

Pertumbuhan penduduk di kota-kota besar negara dunia ketiga terjadi dengan kecepatan yang sangat tinggi, tetapi pertumbuhan kota-kota tersebut ternyata tidak diikuti dengan kecepatan yang sebanding oleh pertumbuhan industrialisasi, fenomena ini oleh parah ahli disebut sebagai urbanisasi berlebihan atau *oveurbanization*. Para migrasi yang tidak dapat masuk ke sektor industri modern cenderung lebih memilih sektor informal yang relatif mudah untuk dimasuki agar tetap dapat bertahan hidup, para migrasi yang tinggal dikota melakukan aktifitas-aktifitas informal baik yang sah dan tidak sah sebagai sumber mata pencaharian mereka. Hal-hal tersebut dilakukan

[1] Badan Pusat statistik, Sulawesi selatan dalam angka (Makassar BPS, 2015), 1

dengan pertimbangan, dari pada menjadi pengangguran yag tidak memilki penghasilan atau memiliki pnghasilan tetapi rendah dan tidak tetap.[2]

Beberapa jenis pekerjaan yang termasuk di dalam sektor informal, salah satunya adalah pedagang kaki lima, seperti warung nasi, penjual rokok, penjual koran, majalah, penjual makanan ringan, minuman, dan lain-lainnya.

Pedagang kaki lima harus menerapkan beberapa prinsip tersebut hal ini dikarenakan dapat mencerminkan bahwa PKL mampu bekerja sesuai dengan etos kerja yang mempunyai pengaruh positif bagi masyarakat khususnya pembeli. Begitu pula dengan PKL muslim yang mempunyai keharusan dalam melaksanakan kewajiban dan mengeseimbangkan antara ibadah dan pekerjaannya dalam memenuhi kebutuhannya keluarga dan dirinya, karena keduanya merupakan kewajiban bagi seorang muslim.

Kota Metro dapat dikatakan kota yang paling padat dan diminati penduduk untuk bermukim dibandingkan dengan kabupaten yang lainnya. Kota Metro, yaitu salah satu kota yang diminati oleh penduduk khususnya provinsi Lampung. Kota Metro mulai berkembang hal ini dibuktikan dengan banyaknya tempat rekereasi yang diadakan oleh pihak setempat untuk menarik masyarakat di luar Kota Metro untuk berkunjung ke Kota Metro.

Kota Metro merupakan salah satu kota di Provinsi Lampung. Kota Metro mengalami perkembangan dalam pembangunan berbagai aspek, salah satunya menyediakan fasilitas-fasilitas sosial yang ditujukan untuk masyarakat. Kota Metro memiliki ruang publik yang berada di pusat Kota

---

[2] Chris Manning & Tadjuddin Noer Effendi, *Urbanisasi, Pengangguran, dan Sektor Informasi di Kota*, (Jakarta: Yayasan Obor Indonnesia, 1996), 145

berupa ruang terbuka hijau yang berbentuk taman kota yaitu Nowo Intan Kota Metro. Nowo Intan Kota Metro adalah tempat yang disediakan pemerintah Kota Metro untuk para pedagang kaki lima yang digunakan sebagai tempat usaha.[3]

Salah satu tempat yang digunakan para Pedagang Kaki lima mencari rezeki yakni di daerah Yosorejo, tepatnya di RT 08 dan RT 09 Metro Timur. Terdapat 5 pedagang kaki lima yang berdagang di daerah tersebut, dari data yang didapat ditemukan lima pedagang kaki lima yang peneliti temui yakni yang pertama adalah Bapak Adel Susanto, beliau memiliki 4 orang anak dengan berpenghasilan sebanyak Rp.150.000 per hari, berawal dari tahun 2015 beliau berjualan martabak di Jl. Ahmad yani dan berpindah lokasi ke RT 08 Jalan Yosorejo, dan yang kedua dengan Bapak Tono Supriyanto, beliau memiliki 5 orang anak, dima mendapatkan hasil Rp.100.000 sapai Rp.120.000 perhari dari hasil berjualan es doger keliling yang belau lakukan dari tahun 2006 sampai saat ini dan sekang menetap di jalan Yosorejo. Melihat banyaknya pelaku pedagang kaki lima di daerah Kota Metro, maka Pemerintah Kota Metro memberikan penertiban kepada para PKL, tidak luput pula kepada 5 orang pedagang kaki lima tersebut. Pemerintah Kota Metro menawarkan kepada mereka tempat usaha yang sudah di siapakan oleh Pemkot Metro, akan tetapi banyak para Pedagang kaki lima enggan atau tidak berminat untuk berpindah tempat berjualan di Nuwo Intan yang sudah di siapkan oleh Pemkot Metro dengan alasan dan beberapa faktor yang mereka utarakan.

---

[3] https://barnasrasmana.blogspot.com. diakses pada tanggal 07 Mei 2018, pukul 20.00 WIB.

Berdasarakan penjelasan diata, maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian dengan fokus kepada para pedagang kaki lima (PKL) di sekitaran Kota Metro. Dan dalam penelitian ini diharapkan dapat mengetahui faktor-faktor apa sajakah yang membuat para pedagang kaki lima (PKL) tidak berminat berjualan di tempat yag disediakan oleh pemerintah Kota Metro yakni di Nuwo Intan. Oleh sebab itu peneliti tertarik mengangkat tema ini menjadi sebuah skripsi dengan judul "FAKTOR-FAKTOR RENDAHNYA MINAT PEDAGANG KAKI LIMA (PKL) BERJUALAN DI NUWO INTAN KOTA METRO".

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan beberapa pokok permaslahan. Pertanyaan penelitian dalam pembahasan ini adalah Apasajakah Faktor-faktor yang Mempengaruhi Rendahnya Minat Pedagang Kaki Lima Berjualan di Nuwo Intan Kota Metro?.

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Dilihat dari pertanyaan penelitian skripsi ini maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Faktor-faktor yang Mempengaruhi Rendahnya Minat Pedagang Kaki Lima Berjualan di Nuwo Intan Kota Metro.

2. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas Manfaat Penelitian ini adalah Sebagai pengalaman belajar dalam penerapan pengetahuan yang diperoleh

diperguruan tinggi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro dan Sebagai tambahan pengetahuan mengenai Faktor-faktor yang mempengaruhi kurang Minatnya Pedagang Kaki Lima (PKL) berjualan di Nuwo Intan Kota Metro.

D. Penelitian Relevan

Penulisan Skripsi ini peneliti menemukan beberapa skripsi yang dapat dijadikan kajian terdahulu bagi peneliti, sebagai berikut:

1. Skripsi Medy Aristian (13103434), Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro. Judul Skripsi ini "Kebijakan Pemda Kota Metro Terhadap Pengelolaan Lokasi Usah di Nuwo Intan Kota Metro Tahun 2018" Skripsi ini Bertujuan untuk mengetahui kebijakan bidan ekonomi Pemda Kota Metro tentang Nuwo Intan, Kajian yang dibahas dalam skripsi ini adalah pengelolaan kebijakan Pemda Kota Metro dalam relokasi tempat usaha PKL di Nuwo Intan Kota Metro.

   Persamaan penelitian yang di teliti oleh Medy Aristian dengan dengan penelitian peneliti dimana sama-sama meneliti pada tempat yang sama yaitu di Nuwo Intan Kota Metro, sedangkan perbedaanya adalah dimana skripsi yang diteliti oleh Medy Aristian berfokus pada pengelolaan lokasi usaha Pedagang kaki lima (PKL) di Nuwo Intan oleh Pemda Metro, sedangkan fokus masalah penelitian yang peneliti teliti yaitu faktor-faktor

yang menyebabkan kurang minatnya Pedagang kaki lima (PKL) berjualan di Nuwo Intan Kota Metro. [4]

2. Skripsi Eko Susanto, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro. yang berjudul "Pemberdayaan Pedagang Kaki Lima Di Kota Metro (Studi Kasus di Pasar Cendrawasih Kota Metro) hasil penelitian bahwa adanya pemberdayaan Pedagang kaki Lima di pasar cendrawasih Kota Metro. "

   Perbedaan penelitian Eko Susanto dengan Penelitian peneliti yakni kajian yang ada dalam skripsi ini dimana pemkot Kota Metro dalam memberdayakan Pedagang Kaki Lima (PKL) yang ada di pasar cendarawaih, menertibkan para PKL, dan mengizikan para PKL berdagang di Nuwo Intan Kota Metro, sedangkan Penelitian yang peneliti teliti mengkaji kenapa adanya faktor yang membuat para pedagang kaki lima semakin enggan dan kurang berminat lagi berjualan di Nuwo Intan Kota Metro dan memilih berjualan kembali di jalan trotoar atau di bahu jalan.[5]

---

[4] Medy Aristian, "Kebijakan Pemda Kota Metro Terhadap Pengelolaan Lokasi Usah di Nuwo Intan Kota Metro Tahun 2018", Skripsi IAIN Metro Tahun 2019.

[5] Eko Susanto, "Pemberdayaan Pedagang Kaki Lima di Kota Metro (Studi Kasus di Pasar Cendrawasih Kota Metro)",, Skripsi IAIN Metro, Tahun 2019

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pedagang Kaki Lima

1. Pengertian Pedagang Kaki Lima

Perdagangan kaki lima (PKL) merupakan salah satu alternatif dalam mengurangi angka pengangguran. Tidak sebandingnya antara lapangan pekerjaan dengan angka para pencari kerja menyebabkan sebagian masyarakat menciptakan lapangan pekerjaan yang bersifat informal untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

Pedagang kaki lima yang menjajakan barang dagangannya diberbagai sudut kota sesungguhnya dalah kelompok masyarakat yang tergolong marjinal dan tidak berdaya.[1] Pedagang kaki lima adalah suatu pekerjaan yang paling nyata dan paling penting bagi golongan rakyat kecil dikebanyakan kota di negara-negara berkembang pada umumnya.[2]

Pedagang kaki lima adalah orang-orang golongan ekonomi lemah, yang berjualan barang–barang kebutuhan sehari- hari, makanan, atau jasa yang modalnya relatif sangat kecil, modal sendiri atau modal orang lain, baik berjualan di tempat terlarang maupun tidak. Pedagang Kaki Lima merupakan pedagang yang terdiri dari orang–orang yang menjual barang–

---

[1] Didik J. Rachbini dan Abdul Hamid, *Ekonomi Informal Perkotaan Gejala Involusi Gelombang Kedua*, (Jakarta: LP3ES, 1991), 53

[2] Gasper Liauw, *Administrasi Pembangunan Studi Kajian PKL,* (Bandung: Refika Aditama, 2015), 30

barang atau jasa dari tempat-tempat masyarakat umum, terutama di jalan–jalan atau di trotoar.[3]

Pedagang adalah mereka yang melakukan perbuatan perniagaan (Perdagangan) sebagai pekerjaanya sehari-hari.[4] Secara "etimologi"atau bahasa, pedagang biasa diartikan sebagai jenis pekerjaan yang berkaitan dengan jual beli. Pedagang adalah orang yang bekerja dengan cara membeli suatu barang yang kemudian barang tersebut dijual kembali dengan harga yang lebih tinggi sehingga mendapat keuntungan dari barang tersebut.

Kaki lima diartikan sebagai lokasi berdagang yang tidak permanen atau tetap. Dengan demikian, pedagang kaki lima dapat diartikan sebagai pedagang yang tidak memiliki lokasi usaha yang permanen atau tetap. Sedangkan menurut kamus umum Bahasa Indonesia oleh W.J.S Poerwadarminta, istilah kaki lima adalah lantai yang diberi atap sebagai penghubung rumah dengan rumah, arti yang kedua adalah lantai (tangga) dimuka pintu atau di tepi jalan.

Arti yang kedua ini lebih cenderung diperuntukkan bagi bagian depan bangunan rumah toko, dimana di jaman silam telah terjadi kesepakatan antar perencana kota bahwa bagian depan dari toko lebarnya harus sekitar lima kaki dan diwajibkan dijadikan suatu jalur dimana pejalan kaki dapat melintas. Namun ruang selebar kira-kira lima kaki itu tidak lagi berfungsi sebagai jalur lintas bagi pejalan kaki, melainkan telah berubah

---

[3] Aris Ananta, *Ekonomi Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: LPFE UI, 2003), 37

[4] Purwosutjipto, *Pengertian Pokok Hukum Dagang Indonesia: Pengetahuan Dasar Hukum Dagang*, (Jakarta, Djambatan, 1999), 10

fungsi menjadi area tempat jualan barang-barang pedagang kecil, maka dari situlah istilah pedagang kaki lima dimasyarakatkan.[5]

Pedagang kaki lima merupakan pedagang atau orang yang melakukan kegiatan atau usaha kecil tanpa didasari atas ijin dan menempati pinggiran jalan (trotoar) untuk menggelar dagangan. Menurut Evens dan Korff[6], "definisi pedagang kaki lima adalah bagian dan sektor informal kota yang yang mengebangkan aktivitas produksi barang dan jasa di luar kontrol pemerintah dan tidak terdaftar".

Pengertian tersebut lebih mirip dengan trotoar yang luasnya lima kaki atau 1, 5 meter yang dibuat masa penjajahan (Belanda dan Inggris). Namun pengertian yang dimaksudkan kamus itu juga bisa diartikan emperan toko. Karenanya, selain trotoar, PKL juga berjualan diemperan toko.[7]

Pedagang Kaki Lima, yang selanjutnya 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 dan/atau swasta yang bersifat sementara/tidak menetap[8]

---

[5] https: //www.academia.edu/11397299/Pedagang_Kaki_Lima, diakses pada tanggal 11 Desember 2018 pukul 14.33

[6] Evers HD dan Rudiger Koff. *Urbanisasi di Asia Tenggara: Makna dan Kekuasaan dalam Ruang-ruang Sosial,* (Jakarta; Yayasan Obor Indonesia, 2002), 234

[7] Gilang Permadi, *Pedagang Kaki Lima: Riwayatmu Dulu Nasibmu Kini !,* (Jakarta: Yudishtira, 2007), 4

[8] Pasal (1) Peraturan Daerah Kota Yogyakarta No. 26 Tahun 2002 tentang Penataan Pedagang Kaki Lima

Berdasarkan uraian di atas dapat dipahami bahwa pedagang kaki lima adalah mereka yang melakukan kegiatan usaha dagang perorangan atau kelompok yang dalam menjalankan usahanya menggunakan tempat - tempat fasilitas umum, seperti terotoar, pingir - pingir jalan umum, dan lain sebagainya. Pedagang kaki lima biasanya tidak terjangkau dan tidak terlindungi oleh hukum, posisi tawar *(bargaining position)* mereka lemah dan menjadi obyek penertiban dan penataan kota yang tak jarang bersikap represif.

Adapun peranan pedagang kaki lima dalam perekonomian antara lain:

a. Dapat menyebarluaskan hasil produksi tertentu.
b. Mempercepat proses kegiatan produksi karena barang yang dijual cepat laku.
c. Membantu masyarakat ekonomi lemah dalam pemenuhan kebutuhan dengan harga yang relative murah.
d. Mengurangi pengangguran. Kelemahan pedagang kaki lima adalah:
    1) Menimbulkan keruwetan dan kesemprawutan lalu lintas.
    2) Mengurangi keindahan dan kebersihan kota/wilayah.
    3) Mendorong meningkatnya urbanisasi.
    4) Mengurangi hasil penjualan pedagang toko.[9]

Berdasarkan penjelasan di atas dapat dijelaskan bahwa pedagang kaki lima merupakan gambaran yang sering kita lihat dan jumpai dalam

[9] Gilang Permadi, *Pedagang Kaki Lima.*, 32

kehidupan sehari-hari, sehingga orang yang menggelar barang dagangannya dipinggir jalan, teras-teras toko, halaman atau lapangan pada sebuah pasar ini identik di sebut PKL. Perkembangan yang cukup pesat melahirkan kondisi di mana PKL dianggap sebagai pengganggu, perusak keindahan, ketertiban dan kenyamanan kota.

Pedagang kaki lima memperoleh beberapa ciri seperti kegiatan yang tidak teratur, tidak tersentuh peraturan, bermodal kecil dan bersifat harian, tempat tidak tetap berdiri sendiri, berlaku dikalangan masyarakatyang berpenghasilan rendah, tidak membutuhkan keahlian dan keterampilan khusus, lingkungan kecil atau keluarga serta tidak mengenal perbankan, pembukuan maupun perkreditan.

2. Karakteristik Pedagang Kaki Lima (PKL)

Pedagang kaki lima (Sektor Informal) adalah mereka yang melakukan kegiatan usaha dagang perorangan atau kelompok yang dalam menjalankan usahanya menggunakan tempat-tempat fasilitas umum, seperti terotoar, pingir- pingir jalan umum, dan lain sebagainya. Ciri-ciri atau sifat pedagang kaki lima antara lain:

a. Pada umumnya tingkat pendidikannnya rendah.
b. Memiliki sifat spesialis dalam kelompok barang/jasa yang diperdagangkan. Barang yang diperdagangkan berasal dari produsen kecil atau hasil produksi sendiri.
c. Pada umumnya modal usahanya kecil, berpendapatan rendah, erta kurang mampu memupuk dan mengembangkan modal.

d. Hubungan pedagang kaki lima dengan pembeli bersifat komersial.[10]

Kegiatan usaha PKL masih menggunakan teknologi sederhana dengan sebagian besar bahan baku lokal, dipengaruhi faktor budaya, jaringan usaha terbatas, tidak memiliki tempat permanen, usahanya mudah dimasuki atau ditinggalkan, modal relatif kecil dan menghadapi persaingan ketat. Tenaga kerja tidak lebih dari lima orang dan sebagaian besar menggunakan anggota keluarga/kerabat atau tetangga, pemiliknya bertindak secara naluriah atau alamiah dengan menghandalkan insting dan pengalaman sehari-hari. Maka itulah, kegiatan usaha mikro ini belum disertai analisis kelayakan usaha dan rencana bisnis yang sistematis, namun ditunjukkan oleh kerja keras pemilik atau sekaligus pemimpin usaha.

Usaha mikro merupakan usaha yang kegitan usahanya menggunakan teknologi sederhana, masih dipengaruhi oleh faktor budaya, jaringan usahanya masih terbatas, tidak memiliki tempat yang tetap sering berpindah-pindah dan modal relatif kecil dan pengahsilan yang didapatkan kecil, tenaga kerja tidak lebih dari lima orang, tidak ada standarisasi dalam laporan keuangan, laporan keuangan terkadang tidak ada.

Usaha mikro dibedakan menjadi dua yaitu usaha mikro informal dan usaha mikro tradisional. Usaha mikro informal merupakan usaha yang belum terdaftar, belum tercatat dan belum berbadan hukum namun memiliki penghasilan yang memadahi dan usaha tersebut telah beroperasi lebih dari satu tahun. Usaha mikro tradisional merupakan usaha yang

[10] Gilang Permadi, *Pedagang Kaki Lima.*, 37

menggunakan alat produsi sederhana yang telah digunakan secara turun-temurun dan berkaitan dengan seni budaya, misalya pembuatan opak atau krupuk yang dilakukan oleh seseorang dengan alat yang diwarisikan dari keluarganya.

Dalam perekonomian Indonesia, sektor usaha PKL memegang peranan yang penting, terutama bila dikaitkan dengan jumlah tenaga kerja yang mampu diserap oleh usaha kecil. Peran penting PKL selain merupakan wahana utama dalam penyerapan tenaga kerja, juga sebagai penggerak rota ekonomi serta pelayanan masyarakat. Hal ini dimungkinkan mengingat karakteristik PKL yang kenyal terhadap krisis ekonomi karena dijalankan dengan ketergantungan yang rendah terhadap pendanaan sektor moneter, serta keberadaannya tersebar di seluruh pelosok negeri sehingga merupakan jalur distribusi yang efektif untuk menjangkau sebagian besar rakyat.[11]

Peranan penting yang dimiliki usaha mikro tersebut, mengakibatkan lembaga keuangan mulai tertarik memberikan pembiayaan kepada usaha mikro tersebut. Lembaga keuangan tersebut masih kesulitan dalam memberikan kebijakan-kebijakan terkait dengan pembiayaan usaha mikro.

3. Faktor yang Menyebabkan Pedagang Memilih Lokasi untuk Usaha

Tujuan utama dari kegiatan perdagangan adalah untuk menjual barang dagangan dengan mendapatkan keuntungan. Kegiatan perdagangan dilakukan ditempat-tempat yang mudah dijangkau oleh konsumen. PKL

---

[11] Zulkarnain, *Kewirausahaan Strategi Pemberdaya Usaha Kecil, Menengah dan Penduduk Miskin*, (Yogyakarta: Penerbit Adi Cipta Karya Nusa, 2006), 33

yang menjual dagangan di lokasi yang ramai, untuk memperoleh keuntungan ekonomi. Sasaran penjualan produk PKL ditujukan kepada masyarakat dari golongan ekonomi menengah ke bawah, sehingga harga yang ditawarkan relatif murah dibandingkan dengan harga yang ditawarkan di pertokoan.

Faktor yang mempengaruhi lokasi kegiatan dagang PKL, yaitu:

a. Faktor Keramaian lokasi.
b. Kemungkinan konsumen berbelanja tinggi.
c. Kenyamanan dan keamanan.[12]

Lokasi pedagang kaki lima yang dianggap aman dan nyaman, yaitu lokasi yang bebas dari ancaman yang mengganggu. Seperti penertiban atau gangguan dari preman-preman. Para pedagang kaki lima (PKL) yang menjajakan barang dagangannya diberbagai sudut kota sesungguhnya adalah kelompok masyarakat yang tergolong marginal, dan tidak berdaya.[13]

Berdasarkan penjelasan di atas dapat dijelaskan bahwa pedagang kaki lima dapat dikatakan marginal hal ini disebabkan sebab bahwasannya Pedagang kaki lima rata - rata tersisih dari arus kehidupan kota dan kemajuan kota itu sendiri. Sedangkan dikatakan tidak berdaya hal ini dikarenakan bahwa pedagang kaki lima biasanya tidak terjangkau dan tidak terlindungi oleh hukum dan sering kali menjadi objek penertiban dan penataan kota yang tak jarang bersifat represif. Masalah-masalah yang ditimbulkan oleh pedagang kaki lima, yaitu:

---

[12] Alisjahbana, *Marginalisasi Sektor Informal Perkotaan*, (Surabaya: ITS Press, 2006), 147

[13] Soetandoyo, *Hukum dalam Masyarakat*, (Surabaya: Bayumedia, 2008), 91.

a. Menurunkan Kualitas fisik suatu kawasan tertentu karena tidak tertata, Mengganggu sirkulasi pergerakan masyarakat,
b. Menimbulkan kesan kumuh, Terganggunya lahan parkir karena di gunakan sebagai lahan usaha oleh PKL,
c. Penggunaan trotoar sesuai fungsi peruntukannya, Kehadiran PKL menimbulkan sampah yang tidak sedikit setiap harinya.[14]

Berdasarkan permasalahan yang ditimbulkan oleh pedagang kaki lima maka diperlukan relokasi tempat usaha. Relokasi adalah usaha memindahkan pedagang kaki lima dari lokasi yang tidak sesuai ke sebuah lokasi yang dinilai layak menampung pedagang dengan memperhatikan semua aspek. Khususnya aspek ketertiban, keindahan dan kebersihan.

Kehadiran PKL di suatu kota pada dasarnya tidak direncanakan sehingga memunculkan permasalahan bagi suatu kota karena tidak tertata dengan rapi. Untuk mengembalikan ketertiban suatu kota muncul gagasan relokasi. Relokasi yaitu suatu upaya menempatkan kembali suatu kegiatan tertentu ke lahan yang sesuai dengan peruntukannya.

Ciri-ciri umum pedagang kaki lima lebih lanjut dijelaskan oleh Kartono dkk sebagai berikut[15]:

a. Kelompok pedagang yang kadang sekaligus menjadi produsen, yaitu pedagang makanan dan minuman yang memasaknya sendiri.
b. Pedagang kaki lima memberikan konotasi bahwa mereka.

---

[14] Arsyad Lincolin, *Ekonomi Pembangunan*, (Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi, 2005), 34

[15] Alisjahbana, *Marginalisasi Sektor Informal Perkotaan.*, 43

c. umumnya mejual dagangannya di atas tikar di pinggir jalan, di depan toko, maupun dengan menggunakan grobak dorongan kecil dan kios kecil.
d. Pedagang kaki lima umumnya menjual dagangannya secara eceran Pedagang kaki lima umumnya bermodal kecil.
e. Kualitas dagangan yang dijual relatif rendah, bahkan ada pedagang yang khusus menjual barang cacat dengan harga sangat rendah.
f. Omzet penjualan pedagang kaki lima tidak besar dan cenderung tidak menentu.
g. Para pembeli umumnya berdaya beli rendah.
h. Umunya pedagang kaki lima merupakan usaha "*familt.*
i. *enterprise"*, artinya anggota keluarga juga turut membantu dalam usaha tersebut.
j. Mempunyai sifat "*onemanenterprise"*, yaitu usaha yang
k. hanya dijalankan oleh satu orang.
l. Memiliki ciri khas yaitu terdapat sistem tawar-menawar antara pembeli dan pedagang.
m. Sebagian Pedagang Kaki Lima melakukan usahanya secara musiman, sering kali jenis dagangannya berubah-ubah.
n. Pedagang Kaki Lima umumnya menjual barang yang umum, jarang menjual barang yang khusus.
o. Anggapan bahwa para Pedagang Kaki Lima ini merupakan kelompok yang menduduki status sosial terendah dalam masyarakat.

p. Pedagang Kaki Lima tidak memiliki jam kerja yang tetap.

q. Pedagang Kaki Lima memiliki jiwa "*entrepeneurship"* yang tinggi.

B. Pemasaran

Pemasaran merupakan salah atu kegiatan pokom yang dilakukan oleh perusahaan dala mempertahankan kelangsungan hidup perusahaanya, berkembang untuk mendapatkan laba. kegiatan pemasaran dirancang dalam rangka memberi arti melayani dan memuaskan kebutuhan konsumen yang dilakukan dalam rangka mencapai tujuan perusahaan. Pengertian pemasaran yang lain adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnin yang ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli maupun pembeli potensial.[16]

1. Faktor Pemasaran

Dalam kenyataanya perencanaan terget market dari penjualan atau pemasaran sebenarnya dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor-faktor dari pemasaran penjualan tersebut diantaranya:

a. Kondisi dan Kemampuan Dari Pemasar Untuk Menjual.

Transaksi jual beli ini merupakan pemindahan hak milik secara komersial terhadap barang dan jasa, namun pada prinsipnya dapat melibatkan dua pihak yaitu: pihak penjual sebagai pihak pertama dan pihak pembeli sebagai pihak kedua. Dari sini para penjual harus dapat meyakinkan terhadap para pembelinya agar dapat mencapai sasaran

[16] Tri Weda Haraja, dan Herrukmi Septa Rinawati, *Penguatan Strategi Pemasaran dan Daya Saing UMKM Berbasis Kemitraan Desan Wisata,* (Surabaya: CV. Jakad Publishing Surabaya, 2019), 38

penjualan sesuai dengan yang diharapkan. Untuk maksud tersebut maka para penjual harus bisa memahami beberapa masalah penting yang sangat berkaitan erat dengan penjualan yaitu:

1) Jenis dan Karakteristik dari barang yang akan ditawarkan.
2) Harga dari barang yang akan dipasarkan.
3) Syarat penjualan seperti: pembayaran, pengantaran, pelayanan purna jual dan lain sebagainya.

b. Kondisi Pasar Sasaran Dari Produk Yang Akan Dipasarkan

Pasar sebagai kelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran utama dalam penjualan dapat pula sanat mempengaruhi dari kegiatan penjualan. Adapun faktor-faktor dari kondisi pasar yang perlu untuk diperhatikan adalah sebagai berikut:

1) Jenis pasarnya, apakah pasar konsumen, pasar penjual, pasar industri, atau pasar pemerintah/pasar internasional.
2) Kelompok para pembeli atau dari segmen pasarnya.
3) Seberapa besar daya belinya.
4) Frekuensi skala pembeliannya.
5) Keinginan dan kebutuhan mereka.

c. Modal Pemasaran.

Akan jauh lebih sulit bagi para penjual untuk dapat menjual barangnya apabila barang yang dijual tersebut sama sekali belum dikenal oleh para pembeli atau apabila lokasi dari para pembeli sanat jauh dari tempat penjual dalam keadaan seperti ini, para penjual harus

memperkenalkan terlebih dahulu/membawa sample barangnya ketempat para pembeli. Untuk dapat melaksanakan maksud tersebut maka diperlukan adanya suatu saran serta usaha tersebut seperti halnya alat transportasi. Tempat peraga baik yang berada di luar maupun di dalam perusahaan. Usaha promosi dan lain sebagainya, semua ini hanya dapat dilakukan apabila para penjual telah memiliki sejumlah modal yang diperlukan oleh perusahaan.

d. Kondisi Organisasi Perusahaan

Pada perusahaan besar biasanya masalah penjualan ini akan ditangani oleh bagian penjualan sendiri yang dipegang oleh orang-orang tertentu/ahli dalam bidang penjualan lain halnya dengan perusahaan kecil, maka masalah-masalah yang berhubungan dengan penjualan akan ditangani oleh orang-orang yang juga telah melakukan fungsi lain. Hal ini disebabkan oleh adanya tenaga kerja yang lebih sedikit. Sistem organisasi juga terbilang lebih sederhana. Dan masalah-masalah yang dihadapinya juga sama sekali tidak sekompleks seperti perusahaan besar yang biasanya masalah perusahaan ini akan ditangani secara khusus oleh perusahaan dan tidak akan diberikan kepada pihak lainnya.[17]

Faktor Pemasaran Yang Lain Diantaranya:

a. *Lingkungan Pemasaran*. Lingkungan pemasaran merupakan lingkungan yang berada di sekitar usaha yang memiliki pengaruh

[17] Growedu Inti Globab Inovasi, "Faktor-faktor Utama yang Mempengaruhi Terjadinya Pemasaran Penjualan Produk Kepada Konsumen", (www.Traingpemasaransurabaya.com)diakses Minggu 21 juni 2020

langsung terhadap operasional usaha. Faktor lingkungan pemasaran perikanan memberi pengaruh yang sangat besar terhadap pelaku usaha.

b. *Bahan Baku*. bahwasannya bahan baku merupakan komponen utama dalam pemasaran, apabila bahan baku tidak ada maka produk olahan tidak akan ada, begitu juga dengan pemasarannya.

c. *Harga yang Tidak Stabil*. Harga yang tidak stabil Keberadaan produk yang sejenis di pasaran menyebabkan tidak stabilnya harga produk, akan tetapi kualitas juga sangat menentukan beragamnya harga, apabila produk berkualitas maka harga akan tinggi, begitu juga sebaliknya apabila produk olahan kurang kualitasnya maka harga akan turun.

d. *Masuknya Pedagang Baru*. Masuknya pendatang baru dalam usaha dapat meningkatkan intensitas persaingan antar pelaku usaha.Masuknya pendatang baru tergantung pada mudah tidaknya hambatan masuk dalam usaha.

e. *Promosi Tidak Merata*. Promosi merupakan kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan dengan cara mempengaruhi konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung.[18]

2. Faktor Internal dan Faktor Eksternal Pemasaran.[19]

Faktor lingkungan Eksternal yang perlu dianalisisndalam bidang pemasaran sebagai faktor yang tidak dapat dikontrol

---

[18] Mega Muliya, Junaidi dan Erni Husni. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemasaran Produk Olahan Ikan Laut Dikota Padang*, (ejurnal.bunghatta.ac.id), 11

[19] Zainal Abidin, Nuddin Harahab,dan Lina Asmarawati, *Pemasaran Hasil Pemikran*,(Malang, Tim UB Press,, 2017),h.198

perusahaan. misalnya keadaan pasar atau persaingan, perkembangan iptek, keadaan ekonomi, keadaan sosial budaya, dan politik, serta kebijakan pemerintah, sedangkan faktor Internal perusahaan terdiri dari pelaksanaan fungsi perusahaan (Keuangan, produksi, pemasaran, setra SDM, dan organisasi). Faktor internal ini merupakan keunggulan dan kelemahan perusahaan yang masih dalam kendali perusahaan yang terdiri dari:

1) Product / Produk

   produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan". Produk-produk yang dipasarkan meliputi barang fisik, jasa, pengalaman, acara-acara, orang, tempat, properti, organisasi dan gagasan. Terdapat beberapa indikator dari makanan dan minuman dalam bisnis restoran, diantaranya yaitu penampilan, kualitas, aroma, kuantitas, standar konsistensi, rasa dan tekstur, temperatur, warna, dan bentuk

2) Price / Harga.

   Harga suatu bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan dan dapat menimbulkan biaya, harga bersifat fluktuatif dapat berubah dengan cepat. Harga dapat ditafsirkan dengan berbagai istilah, misalnya iuran, tarif, sewa, bunga, premium, komisi, upah, gaji, honorium, spp, dan sebagainya. Harga dari sudut pandang pemasaran merupakan suatu moneter atau ukuran

lainya termasuk barang dan jasa yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan auatu barang atau jasa.[20]

3) Place / Lokasi

Lokasi menunjukan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menjadikan produk agar dapat diperoleh dan tersedia bagi konsumen sasaran. Tempat menjadi empat elemen yang dapat mempengaruhi dan menjadi indikator untuk pemilihan sebuah lokasi, yaitu letak atau posisi, akses, visibilitas, dan infrastruktur.

4) Promosi (*Promotion*)

Langkah kecil berupa promosi da lam berbagai cara untuk meraih target pemasaran yang belum di raih. Promosi adalah aktivitas yang dilakukan restoran untuk mencari konsumen, bukan hanya untuk sekali datang, tetapi juga konsumen yang akan melakukan pembelian berulang (pelanggan). Tujuan dari promosi adalah meningkatkan awareness meningkatkan persepsi konsumen, menarik pembeli pertama, mencapai persentase yang lebih tinggi untuk konsumen yang berulang, menciptakan loyalitas merek, meningkat-kan *average check*, meningkatkan penjualan pada makanan tertentu atau waktu-waktu khusus, dan mengenalkan menu baru.

[20] Shandy Marsono, dkk, "Pengaruh Bauran Asar dengan Loyalitas Konsumen pada Pasaar Tradisional di Kota Surakarta", Pro-bank Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Perbankan, Maret 2015. Vol. 1 No. 1, 3

a) Kebijakan pembauran pemasaran tentu akan lebih berhasil jika apa telah diprogram dikomunikasikan dengan tertara yang baik. mengkomunikasikan program perusahaan kepada masyarakat konsumen dapat dilakukan dengan empat variabel, yaitu: Periklanan: Bentuk presentasi dan promosi non pribadi tentang ide, barang, dan jasa yang dibayar oleh sponsor tertentu.

b) Personal selling: Presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan satu calon pembeli atau lebih yang ditujukan untuk menciptakan penjualan.

c) Publisitas: Pendorong permintaan secara non pribadi untuk suatu produk, jasa atau ide dengan menggunakan berita komersial di dalam media mass dan sponsor tidak dibebani sejumlah bayaran secara langsung.

d) Promosi penjualan: Kegiatan pemasaran selain personal selling, periklanan dan publisitas yang mendorong pembelian konsumen dan efektifitas.[21]

5) Harga (*Price*)

Harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya termasuk barang dan jasa lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak kepimilikan atau pengguna suatu barang dan jasa Harga juga merupakan pertimbangan yang penting dalam memilih restoran. Faktor-faktor yang mempengaruhi harga yang

[21]*Ibid*

diterapkan dalam sebuah restoran, adalah: hubungan antara permintaan dan penawaran, penurunan loyalitas konsumen, sales mix, harga-harga dalam persaingan, biaya overhead, aspek psikologis, kebutuhan untuk meraih laba.

Cara menentukan harga yang tepat adalah dengan melihat harga jual pesaing sejenis, tentunya dengan kualitas dan porsi makanan yang kira-kira sama. Kemudian, tetapkan harga jual produk makanan tersebut sedikit lebih murah daripada harga jual prouk pesaing sejenis agar konsumen mau mencoba produk makanan yang ditawarkan di resto. Tetapi harga jual bisa tidak selalu lebih rendah dibanding pesaing sejenis, jika resto mempunyai karakteristik kusus yang menarik konsumen. Sehingga resto mempunyai nilai lebih dibanding resto pesaing sejenis.[22] Adapun tujuan penetapan harga jual adalah:

a) Untuk Survival Bila perusahaan berada dalam kondisi menghadapi persaingan yang sangat gencar, pergeseran keinginan konsumen adanya kapasitas menganggur, maka yang diinginkan perusahaan adalah bagaimana untukbertahan hidup dalam kondisi untuk tetap eksis dalam dunia bisnisnya maka perusahaan akan menetapkan harga jual sekedar dapat menutupi tetap dan variabel saja.

[22] Rina Rachmawati, “Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran”, Jurnal Kompetensi Teknik Vol. 2, No. 2, Mei 2011, 144

b) Penetrasi Pasar Jika perusahaan ingin memperkuat market share dari produk yang dipasarkannya, maka perusahaankan menetapkan harga jual yang rendah. Dengan kebijakan harga jual yang rendah diharapkan pembeli akan sangat peka terhadap harga, biaya per unit akan semakin kecil seiring dengan semakin meningkatnya penjualan dan akan mendesak pesaing.

c) Maksimumkan Laba Dalam Jangka Pendek Jika perusahaan menetapkan untuk mendapatkan keuntungan setinggi mungkin, maka akan ditetapkan harga jual tinggi. Mendapatkan Uang Secepat Mungkin.Jika perusahaan berada dalam kesulitan keuangan, maka perusahaan akan menetapkan harga jual rendah dengan maksud untuk mendapatkan uang tunai dengan cepat.

d) Untuk Keunggulan Dalam Kualitas Produk Suatu perusahaan mungkin bertujuan agar kualitas produk yang dipasarkannya selalu yang terbaik. Untuk itu perlu di penelitian dan pembangan yang terus menerus.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan atau *field resecrh* yaitu penelitian yang menyangkut pengolahan data dan permasalahan yang ada dalam lapangan atau keadaan sebenarnya. Menurut Abdurraman Fatoni penelitian lapangan adalah suatu penelitian yang dilakukan dilapangan atau lokasi penelitian, suatu tempat yang dipilih sebagai lokasi untuk menyelidiki gejala-gejala objektif sebagai terjadi dilokasi tersebut, yang dilakukan juga untuk penyusunan laporan ilmiah.[23]

Penelitian ini akan mengungkap fenomena atau kejadian dengan cara menjelaskan, memaparkan/atau mengambarkan dengan kata-kata secara jelas dan terperinci melalui bahasa yang tidak berwujid nomer/angka. Penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan data dari lokasi atau lapangan yang berkaitan dengan penelitian ini, langkah yang dilakukan adalah mengumpulkan data-data yang dibutuhkan pada etos kerja Islam pedagang kaki lima.

---

[23] Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian dan Tehnik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: Rinaka Cipta, 2006), 96

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat diskritif Kualitatif, menurut soejono soekanto: diskritif kualitatif adalah "dimaksudkan untuk memberikan data yang seteliti mungkin tentang manusia, keadaan atau gejala lain". Penelitian ini bersifat deskritif kualitatif karena penelitian ini berupa pengungkapan fakta yang ada yaitu suatu peneliti terfokus pada usaha pengungkapan masalah dan keadaan sebagai mana adanya, yang diteliti dan dipelajari sebagai suatu yang utuh. Sumadi Suryabrata menyatakan bahwa "deskriptif merupakan penlitian yang dilakukan untuk membuat pencandraan secara sistematis, faktual dan akurat menganai situasi-situasi atau kejadian".[24] sedangkan menurut Husen Umar deskriptif adalah mengambarkan sifat sesuatu yang berlangsung pada saat penelitian dilakuakn dan memeriksa sebab-sebab dari gejala tertentu".[25]

Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang.[26]

Berdasarkan keterangan tersebut dapat dipahami bahwa penelitian deskriptif kualitatif menggambarkan fakta apa adanya dengan cara yang sistematis dan akurat, mengenai Faktor-faktor yang Mempengaruhi Rendahnya Minat Pedagang Kaki Lima Berjualan di Nuwo Intan Kota

---

[24] Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Rajawali Prees, 2002), 18

[25] Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2009), 22

[26] Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), 54

Metro yang digambarkan dengan kata-taka atau kalimat yang dipisahkan menurut kategori untuk memperoleh kesimpulan.

B. Sumber Data

Sumber data adalah subyek dari mana data dapat diperoleh.[27] Mengenai sumber data yang peneliti gunakan dalam penyusunan proposal ini peneliti kelompokan menjadi dua bagian yaitu:

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah data yang bersumber dari keterangan-keterangan seseorang yang berhubungan deangan suatu penelitian atau data yang diperoleh peneliti dari sumber aslinya.[28] Peneliti menjadikan sumber data pada penelitian ini para pedagang makanan dan minuman serta pembeli yang ada di Taman Merdeka Kota Metro yang ditetapkan secara *purposive sampling*, yaitu salah satu teknik sampling non random sampling dimana peneliti menentukan pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus tentang PKL yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh dari bahan kepustakaan atau data-data yang berbentuk tulisan-tulisan atau dokumen-dokumen. Data sekunder antara lain: mencangkup dokumen-dokumen

---

[27] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik,* (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), 172.

[28] *Ibid*

resmi, buku-buku, hasil penelitian yang berbentuk laporan. Buku harian dan seterusnya.[29]

Sumber data sekunder adalah sumber data kedua yaitu sumber data yang diperoleh dari sumber lain yang tidak berkaitan secara langsung, seperti data yang diperoleh dari perpustakaan antara lain buku yang membahas tentang etos kerja Islam pedagang kaki lima.

C. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara (Interview)

Wawancara atau interview adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab, sambil bertatap muka antara si penanya atau pewawancara dengan si penjawab atau responden dengan menggunakan alat yang dinamakan *interview guide* (panduan wawancara).[30] Secara fisik wawancara dapat dibedakan menjadi tiga yaitu:

a. Wawancara terstruktur yaitu wawancara dimana pengumpul data telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya telah disiapkan.
b. Wawancara semi terstruktur termasuk dalam kategori *in-dept interview*, dimana di dalam pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Wawancara sudah disiapkan pertanyaan tapi belum ada jawabannya.

---

[29] *Ibid*
[30] Moh Nazir, *Metode Penelitian.*, 19.

c. Wawancara tak berstruktur yaitu wawancara yang bebas dimana peneliti tidak mengguankan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya.[31]

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti menggunakan wawancara tidak terstruktur yaitu pedoman wawancara yang hanya memuat garis besar yang akan ditanyakan. Teknik *interview* atau wawancara disini peneliti gunakan untuk mencari keterangan dan data tentang Faktor-faktor yang Mempengaruhi Rendahnya Minat Pedagang Kaki Lima Berjualan di Nuwo Intan Kota Metro. Peneliti melakukan wawancara menggunakan *purposive sampling* yaitu salah satu teknik sampling non random sampling dimana peneliti menentukan pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian. Wawancara yang peneliti lakukan kepada:

Peneliti ini menggunankan *purposive sampling*, berdasarkan kriteria tertentu. Pedagang makanan dan minuman di Nowo Intan Kota Metro, adapun kriterianya adalah:

a. Pedagang makanan dan minuman berjualan selama minimal satu tahun.
b. Pedagang berjualan untuk memenuhi kebutuhan hidup dirinya dan keluarganya
c. Pedagang yang higenis.

[31] Muchson, *Statistik Deskriptif*, (Jakarta: Guepedia, 2015), 26

2. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu metode yang digunakan untuk memperoleh informasi dari sumber tertulis atau dokumen-dokumen, baik berupa buku-buku, majalah, peraturan-peraturan, maupun catatan lainya.[32]

Berdasarkan pengertian tersebut dapat dipahami bahwa dokumentasi adalah pengumpulan data yang diperoleh melalui berbagai catatan. Metode dokumentasi ini digunakan untuk memperoleh data-data tentang hasil wawancara kepada PKL, foto kegiatan PKL di Nuwo Intan Kota Metro dan lain sebagainya yang mendukung terhadap Faktor-faktor yang Mempengaruhi Rendahnya Minat Pedagang Kaki Lima Berjualan di Nuwo Intan Kota Metro.

3. Teknik Analisis Data

Penelitian kualitatif lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang mengharuskan peneliti berangkat ke lapangan untuk mengadakan pengamatan tentang sesuatu fenomena dalam suatu keadaan alamiah.[33] Penelitian kualitatif lapangan bertujuan untuk meneliti dan mengetahui mengenai Faktor-faktor yang Mempengaruhi Rendahnya Minat Pedagang Kaki Lima Berjualan di Nuwo Intan Kota Metro.

Penelitian kualitatif ini menggunakan teknik analisis data secara induktif, yaitu berpijak pada fakta-fakta yang bersifat khusus, kemudian dianalisis dan akhirnya ditemukan pemecahan persoalan yang bersifat umum. Berfikir induktif adalah cara berfikir di mana ditarik suatu

---

[32] *Ibid*
[33] *Ibid.*

kesimpulan yang bersifat umum dari berbagai kasus yang bersifat individual.[34] Peneliti dapat dipahami bahwa berfikir induktif adalah suatu cara berfikir yang berawal dari fakta-fakta yang khusus dan konkrit kemudian dari fakta atau peristiwa tersebut ditarik kesimpulan.

Setelah peneliti melakukan wawancara kepada narasumber dan melakukan dokumentasi terhadap pedagang kaki lima di Nowo Intan Kota Metro maka hal yang harud peneliti lakukan adalah menganalisa data yang ia dapat dengan menggunakan cara berfikir induktif, yaitu peneliti mencari informasi dan menyaring informasi tersebut sehingga dapat ditarik kesimpulan tentang Faktor-faktor yang Mempengaruhi Rendahnya Minat Pedagang Kaki Lima Berjualan di Nuwo Intan Kota Metro.

[34] Moh. Kasiram, *Metode Penelitian Kuantitatif-Kualitatif*, Cet. 2, (Yogyakarta: UIN-Maliki Press, 2010), 193.

BAB IV

PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Sejarah Kota Metro

Kota Metro adalah salah satu kota di Provinsi Lampung. Berjarak 52 km dari Kota Bandar Lampung (ibu kota provinsi) serta merupakan kota terbesar kedua di provinsi Lampung. Kota ini juga merupakan kota yang memiliki tingkat kemacetan paling rendah di Provinsi Lampung. Kota Metro masuk dalam Daftar 10 kota di Indonesia dengan biaya hidup terendah ke-9 di Indonesia serta urutan kedua di Pulau Sumatraberdasarkan Survey BPS tahun 2017. Kini, Kota Metro sedang melakukan pembenahan dan pengembangan kota yang lebih maju menuju visi dan misinya sebagai kota pendidikan dan wisata keluarga di Provinsi Lampung dengan memperbaiki sektor pendidikan, keamanan, kebersihan serta meningkatkan fasilitas publik, pengoptimalan ruang terbuka hijau, dan mempercantik tiap sudut kota dengan dibangunnya taman taman kecil. Kota Metro juga merupakan target cetak biru Kementerian Pekerjaan Umum Dan Perumahan Rakyat Republik Indonesia sebagai kawasan strategis dan target pengembangan Kota Metropolitan setelah Bandar Lampung.[1]

Nama Metro berasal dari kosakata Jawa Mitro yang berarti sahabat (tempat berkumpulnya orang-orang bersahabat atau menjalin persahabatan). Dalam bahasa Belanda memiliki arti pusat *(centrum).* Dengan demikian Metro

[1] https: //id.m.wikipedia.org/wiki/KotaMetro, diakses pada tanggal 10 Juni 2020

dapat diartikan sebagai suatu tempat yang strategis dan merupakan daerah pusat perkembangan untuk daerah-daerah sekitarnya.

Wilayah Metro saat ini, pada jaman pemerintahan Belanda merupakan *Onder District* Sukadana, pada tahun 1937 masuk Marga Nuban. Marga terdiri dari beberapa kampung yang dipimpin oleh seorang Kepala Kampung dan dibantu oleh beberapa Kepala Suku. Pada masa pemerintahan Jepang, Metro masuk ke dalam wilayah Metro Kenyang terbagi dalam beberapa Gen, Son, Margadan Kampung. Pada masa ini sebuah Marga dipimpin oleh seorang Margaco, sedangkan kampung dikepalai oleh seorang Kepala Kampung. Setelah Indonesia merdeka dan berlakunya Pasal 2 Peraturan Peralihan UUD1945, Metro masuk ke dalam Kabupaten Lampung Tengah.[2]

B. Gambaran Umum Nuwo Intan Kota Metro

Pemerintah Kota Metro melalui Dinas Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) membuka pusat pemasaran produk "UMK Center Kota Metro" yang berlokasi di Nuwo Intan Metro, UMK Center Nuwo Intan Kota Metro menjadi tempat mempromosikan dan memasarkanproduk-produk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dari berbagai kelompok usaha masyarakat Kota Metro.[3]

Salah satu *icon* Kota Metro yang menarik perhatian masyarakat luar kota dan tempat nongkrong warga Kota Metro sendiri adalah Taman Merdeka dan Masjid Taqwa. Pada tiap hari libur, banyak dari kalangan masyarakat luar kota yang ingin mengunjungi dua tempat tersebut. Karena Taman Merdeka dan

---

[2]Monografi Kelurahan Metro Kecamatan Metro Pusat Kota Metro Tahun 2017, 2

[3] https://intailampung.com/2018/11/22/pemkot-Metro-resmikan-umk-center-kota-Metro-pusat-pemasaran-produk-umkm/, 22 November 2018

Masjid Taqwa berada di jantung kota, maka tidak jarang karena banyaknya pengunjung mengakibatkan kemacetan terutama di jalur sekitar taman kota tersebut.

Selain itu, banyaknya para Pedagang Kaki Lima (PKL) yang memanfaatkan event tersebut untuk mencari keuntungan tidak tertata rapih karena memang mereka tidak memiliki tempat khusus untuk berdagang. Lokasi pedagang kaki lima yang berada di sekitar Taman Merdeka Kota Metro menjadi fenomena yang mempengaruhi ketertiban umum, kebersihan, kenyamanan dan keindahan sekitar taman.

Menindaklanjuti permasalahan tersebut, Pemerintah Kota Metro kemudian mengeluarkan kebijakan terkait relokasi PKL ke tempat yang telah ditentukan yakni Nuwo Intan. Kebijakan Pemkot Kota Metro yang dikeluarkan tersebut mengundang kecaman dari para PKL mengingat pendapatan yang mereka peroleh setelah dipindahkan menjadi menurun.

Berdasarkan penelitian yang peneliti lakukan melalui wawancara dengan beberapa responden, didapat beberapa data terkait dengan kebijakan Pemkot Kota Metro atas relokasi usaha para PKL ke Nuwo Intan. Wawancara peneliti lakukan dengan Kepala Dinas Tata Kota Kota Metro, Kepala Bagian Ekonomi, serta beberapa PKL. Adapun hasil wawancara tersebut adalah sebagai berikut Sekretaris Dinas Perdagangan dan Pasar Kota Metro

Saat ditanya berkenaan dengan relokasi PKL ke Nuwo Intan menurut beliau hal tersebut merupakan keputusan tepat yang diambil Pemkot Kota Metro. Sebagai Kota Pendidikan serta taman merdeka dan masjid taqwa yang

sering dikunjungi oleh orang-orang dari luar kota, tidak etis apabila keadaan sekitar taman selalu semrawut dan sering mengalami kemacetan. Selain itu, keputusan Pemkot Metro menjadikan Taman Merdeka sebagai Taman Terbuka Hijau adalah keputusan yang pas karena taman tersebut berada di jantung kota.

Tujuan diberlakukannya kebijakan tersebut menurut beliau adalah menjadikan Taman Merdeka dan Masjid Taqwa sebagai ruang publik yang bisa dinikmati oleh semua masyarakat dengan nyaman. Selain itu, menertibkan para PKL dengan menempatkan pada satu lokasi yang sudah disiapkan agar lebih teratur. Kebijakan tersebut menurutnya sudah sudah dimusyawarahkan dengan para PKL. Akan tetapi tidak semua PKL tersebut menghadiri musyawarah, hanya beberapa orang saja yang mewakili.

Selanjutnya, ketika kebijakan tersebut diberlakukan, banyak respon dari para PKL yang menolak kebijakan tersebut. Setelah diadakan penelusuran, ternyata para PKL yang memberi respon menolak kebijakan tersebut adalah para PKL yang tidak ikut musyawarah dan tidak menyetujui dengan adanya kebijakan tersebut. Awalnya, saat pertama kali diberlakukannya kebijakan tersebut, sempat menimbulkan ketegangan, akan tetapi tidak sampai terjadi kericuhan. Setelah relokasi para PKL ke Nuwo Intan berjalan, keadaan lalu lintas sekitar Taman Merdeka dan Masjid Taqwa

menjadi lancar dan kondusif. Dua tempat tersebut juga terlihat lebih bersih dan tenang.[4]

C. RT Yosorejo

1. Profil RT Yosomulyo

Kelurahan Yosorejo merupaka salahsatu kelurahan yang berada pada Kecamatan Metro Timur. Luas Kelurahan Yosorejo ini 4.675 ha dengan jumlah penduduk pada kelurahan ini berjumlah 6.348 jiwa dengan jumlah kepala keluarga 1.520. berdaarkan jumlah penduduk tersebut, maka kelurahan Yosorejo merupakan kelurahan dengan kepedatan penduduk yang rendah. Penyebab jumlah penduduk ini didominasi oleh masyarakat urban dari berbagai daerah, sehingga bisa disebut sebagai daerah multi kultur.

Sedangkan mata pencaharian pada kelurahan ini didominasi oleh Pegawai Negri Sipil dan Pedagang. Bahwa Pelajar/Mahasiswa berjumlah 1082 (16,97%), Pegawai Negri Sipil 1.672 (26,19%, Pedagang 1.321 (20,69%), Wiraswasta 978 (15,32%), Akademisi 645 (10,10%) dan buruh 346 (5,42%) serta petani 300 (4,7%). Dilihat dari data tersebut pegawai negri sipil tercatat jumlah yang dominan dalam kategori jenis pekerjaan. Bisa disimpulkan juga bahwa dilihat distribusi jenis pekerjaan yang telah diuraikan, maka Kelurahan Yosorejo memiliki tingkat perekonomian yang tinggi dan baik. Selain itu, prosentase penduduk berjenis kelamin

[4] Bapak Pansuri, *Sekretaris Dinas Perdagangan dan Pasar Kota Metro*, Wawancara pada tanggal 25 Juli 2019

perempuan 3.196 jiwa (50, 06%) dan berjenis kelamin laki-laki berjumlah 3.188 jiwa (49, 94%).

2. Tingkat pendidikan Masyarakat Kelurahan Yosorejo

Tingkat pendidikan masyarakat kelurahan Yosorejo rata-rata taraf tingkat pendidikan menengah. Berdasarkan data yang diperoleh, diketahui sekitar 1.510 (23,65%) masyarakat berpendidikan rendah, kemudian sekitar 3.671 (57,53%) masyarakatnya berpendidikan menengah, masyarakat berpendidikan tinggi berjumlah 1.203 (18,82%). Jika dilihat dari latar belakang pendidikan, masyarakat kelurahan Yosorejo tergolong masyarakat yang memiliki pendidikan yang baik. Sehingga bisa menyerap informasi aktual yang muncul dengan cepat.[5]

3. Profil Pedagang RT yosorejo

Samapai dengan tahun 2019 sudah berdiri setra PKL di Kota Metro. Namun demikian belum semua berfungsi sebagaimana mestinya, ada yang pengoperasiannya tidak maksimal bahkan ada yang mati suri. Disisi lain di sekitar sentra PKL banyak PKL yang berjualan dan tidak bersedia menempati setra yang sudah didirikan Pemerintah Kota Metro melalui UMKM. Pedagang kaki lima yang berjualan di luar sentra sebagaian merupakan PKL yang merasa tidak produktif berjualan disentra karena sepi sepi pembeli. Dengan berjualan di luar setra akan bisa mendekati konsumen/pembeli. 75% PKL ber usia produktif 25 – 50 Tahun dan berjenis kelamin laki-laki, dengan status berkeluarga.

[5]http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:ptIbp077n0cJ:digilib.unila.ac.id/19472/6/bab.%2520IV%2520new%2520revisi.pdf+&cd=1&hl=id&ct=clnk&gl=id&client=firefox-b-d, diakses pada tanggal 17 Juni 2020, pukul 21.23 WIB.

PKL merasa bahwa menjadi PKL adalah pekerjaan yang utama karena dengan pendidikan yang rendah SD-SMA/SMK tidak akan dapat bersaing untuk mendapatkan pekerjaan disektor formal. Dengan pengalaman kerja lebih dari 5 tahun sebagai PKL dan berbekal modal sendiri, dengan pendapatan tiap harinya PKL merasa sudah dapat menghidupi keluarganya walaupun tiap hari harus mendorong grobak untuk dibawa pulang dan kemungkinan was-was apabila ada penertiban dari pihak berwenang.[6]

D. Faktor-Faktor Rendahnya Minat Pedagang Kaki Lima Berjualan di Nuwo Intan Kota Metro

Pedagang kaki lima atau sering disebut sebagai PKL adalah istilah untuk menyebut penjajah dagangan yang melakukan kegiatan komersial di atas daerah milik jalan yang seharusnya diperuntukkan untuk pejalan kaki, para pedagang kaki lima ini banyak ditemui di kota-kota besar ditanah air, tak lupaut juga di Kota Metro Lampung.

Kehadiran PKL di kota pada dasarnya tidak direncanakan sehingga memunculkan permasalahan bagi ketertiban suatu kota karena tidak tertata dengan rapi. Untuk mengambil ketertiban suatu kota maka mucul gagasan suatu relokasi, dimana relokasi tersebut adalah upaya menetapkan kembali kegiatan tertentu ke suatu lahan yang sesuai dengan apa yang diperuntukknya.

Sesuai dengan hasil wawancara peneliti dengan Kepala Dinas Penataan Kota Metro dimana: Pemerintah telah mengupayakan relokasi tempat usaha

[6] Christina Menuk Sri H, dkk, Profil Pedagang Kaki Lima (PKL) yang Berjualan di Luar Sentra PKL Surabaya, dalam https: //journal.trunojoyo.ac.id/eco-entrepreneur/article/view/4360, diunduh pada tanggal 17 Juni 2020, Pukul 21.23WIB.

kepada para PKL yang straegis, mudah diakses oleh warga Kota Metro, dan pemerintah juga memberikan kemudahan dalam pengelolaan tempat pengusaha tersebut namun hanya beberapa pedagang yang tidak mengindahkan kebijakan tersebut. [7] Kelompok pedagang kaki lima sebagai bagian dari kelompok usaha nasional yang mempunyai kedudukan potensi dan peran yang sangat strategis dalam mewujudkan tujuan pembangunan ekonomi, pedagang kaki lima menjajakan dagangannya berkeliling atau pun mengambil tempat di trotoar, atau pun diemperan pertokoan, biasanya pekerjaan tersebut tidak kontinyu dan mudah untuk berganti usaha meskipun dalam satu bidang perdagangan, modal yang mereka keluarkan pun tergolong kecil bahkan ada pula pedagang kali lima menjajakan dagangannya dengan mengambil modal dari milik orang lain yang akan mereka jual kembali dengan keuntungan tertentu, tingkat teknoligi tergolong sederhana dan umumnya tingkat pendidikan para pedagang kaki lima tergolong sederhana.

berdasarkan teori yang ada pada peneletian ini maka terdapat dua faktor mendasar yang sangat mempengaruhi faktor rendahnya minat pedagang kaki lima untuk berjuan di nuwo intan, yakni pertama adalah faktor Eksternal dan yang kedua adalah faktor internal:

1. *Faktor Eksternal*

   . misalnya keadaan pasar atau persaingan, dimana kondisi ini jumlah penjual dan pembeli (konsumen) sangat banyak dan produk yang ditawarkan atau yang dijual sejenis (serupa). perkembangan iptek sangat

[7] Wawancara, Zainal Abidin (Nama samaran), Selaku Seksi Pendataan dan Pemetaan Kota Metro, Dinas Kota Metro ada tanggal 20 juni 2020, pukul 10.11 WIB

mempengaruhi tingkat penjualan diama iptek itu sendiri sudah cukup berkembang dimasa saat ini, jika sebagai pedagang tidak mengikuti perkembangan ini maka akan sangat tertinggal jauh dengan pesaing lainnya yang menggunakan teknologi untuk menawarkan atau mempromosikan produk barang dagangannya. Keadaan ekonomi, kondisi ini merupakan kondisi yang sulit untuk dikendalikan oleh masyarakat, karena hal ini dapat timbul diluar kemampuan seseorang, di berbagai negara atau daerah kondisi ekonomi sangat berpengaruh dalam kesejahteraan masyarakatnya, seperti contoh kondisi ekonomi yang tidak stabil ini dapat muncul dari adanya bencana alam, inflasi, dan lain sebagainya, hal ini juga yang dialami oleh pedagang kaki lima di Nuwo Intan Metro, adanya pandemi pada tahun 2019 ini juga sangat memengaruhi tingat penjualan dan konsumi masayarakat karena kenaikan dan penurunan harga yang tidak menentu yang disebabkan oleh keadaan ekonomi masyarakat Metro khususnya. Sosial budaya, dimana cara hidup yang dibentuk oleh sekelompok orang yang diturunkan dari generasi kegenerasi berikutnya, hal ini juga mempengaruhi tingkat penjualan para pedagang kaki lima, faktor ini tidak dapat dikendalikan oleh para pelaku penjual produk untuk tetap menaikkan tingkat penjualnnya, dengan adanya faktor sosial dan budaya ini maka dapat menjadikan kenaikan dan bahkan penurunan konsumsi pada prosuk yang dijulan oleh para pedagang kaki lima. dan politik, serta kebijakan pemerintah, faktor ini mencakup masalah hukum dan peraturan pemerintah yang mengendalikan idustri perdagangan

dan bisnis perorangan. Dala faktor ini ada beberapa masalah yang perlu dipertimbangkan termasuk keputusan *fairtrade,* undang-undang antimonopoli, pajak, upah, dan kegiatan pemerintah lainnya yang dirancang untuk melindungi kelas yang berbeda dalam masyarakat.

2. *Faktor Internal*

   1. "Pemerintah Kota Metro melalui Dinas Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) membuka pusat pemasaran produk "UMK Center Kota Metro yang berlokasi di Nuwo Intan Metro, Nuwo Intan merupakan suatu tempat usaha bagi para pelaku dagang khususnya pedagang kaki lima yang sudah disediakan oleh pemerintah Kota Metro, akan tetapi bapak Rahel yang menjadi salah satu pelaku pedagang kaki lima enggan untuk berpindah tempat berjualan ke Nuwo Intan karena Lingkungan Pemasaran yang ada di Nuwo Intan kurang strategis, dimana di Nuwo Intan sangat sepi pengunjung dan menyebabkan menurunya pendapatan para PKL yang ada di Nuwo Intan. "[8]
   2. "Pedagang kaki lima merupakan salah satu pekerjaan yang dipiloh oleh masyarakat Kota Metro, dimana beberapa dari mereka hanya memiliki profesi sebagai pedagang kaki lima, dan merupakan penghasilan utama untuk menghidupi keluarga, yang bisa dikatankan penghasilan masih tergolong menengah untuk keluarga merek, peneliti bertanya alasan mengapa beliau berjualan martabak, karena alasan

[8] Wawancara dengan Bpk Rahel, PKL Cemilan, di badan jalan Kota Metro, Pukul 20.00WIB.

bahan baku yang mudah di dapat, beliau mengatakan bahwa bahan baku martabak banyak dan mudah didapatkan di toko-toko dan tidak dengan musim, hal ini sangat berpengaruh dengan penjualan sebab bahan baku sulit didapat maka produk tidak ada untuk dijuala. ”[9]

3. “Keberadaan produk yang sejenis di pasaran menyebabkan tidak stabilnya harga produk di pasaran, hal ini yang dirasakan oleh Hadi Ramdani, munculnya produk yang sama dengan produk yang beliau buat yaitu nasi goreng sangat berpengaruh dengan harga penjualannya, akan tetapi bagi Hadi Ramdani tidak menjadi masalah yang tetlalu besar, karena menurutnya seberapa banyak produk makan yang sama dengan produk makanan yang ia jual asalkan kualitas produknya baik maka konsumenpun akan mampu memilih yang terbaik bagi mereka, dan bagi Hadi Ramdani menjadi PR besar bagaimana beliau mempertahankan kualitas produknya agar tetap terjaga dengan baik.”[10]
4. “Bapak Miswanto merupakan salah satu PKL yang ikut merasakan sulitnya berjualan di Kota Metro khususnya di Nuwo Intan, beliau mengatakan dengan sepinya pengunjung yang pergi ke Nuwo Intan berpengaruh signifikan dengan penjualan yang beliau, apalagi persaingan dagang yang makin meningkat, dengan berjualan ketoprak bapak Miswanto merasa sangat merasakan dampaknya, hadirnya penjual makanan seperti nasi goreng, pecel lele dan lain sebagainya

[9] Wawancara dengan Bpk Adel, PKL Martabak, di badan jalan Kota Metro, Pukul 14.00WIB.

[10] Wawancara dengan Hadi Ramdani, PKL nasigoreng Pukul 16.00 WIB

sangat dirasakan pengaruhnya terhadap penjualan bapak Miswanto saat ini, oleh sebab ini dengan adanya daya saing yang tinggi bapak Miswanto enggan berjualan di Nuwo Intan dan lebih memilih untuk berjualan di jalan Yosorejo sampai saat ini."[11]

5. "Banyaknya faktor penjulan merupakan tantangan bagi para pedagang kaki lima, seperti bapak Tono yang berjualan es doger sejak awal tahun 2015. eksistensi produk yang beliau buat merupakan hasil kerja keras yang beliau lakukan hingga mampu bertahan hingga hampir sampai 5 tahun lamanya. dengan mengandalkan kualitas harga, rasa, dan efisiensi produk makanan yang beliau jual menjadi salah satu faktor utaman penunjang promisi yang beliau lakukan, dengan adanya hal itu maka konsumen dapat menilai sendiri produk minuman yang bapak Tono jual dan secara tidak langsung menjadi jalan promosi kepada semua konsumen dan pelanggan beliau saat ini mengenai es doger yang bapak Tono jual hingga saat ini.[12]

Dari bebrapa wawancara yang dilakukan peneliti oleh pedagang kaki lima di Nuwo Intan, pada kondisi normal Omset yang mereka dapatkan kurang lebih mencapai Rp.400.000 sampai dengan Rp.500.000 perharinya, akan tetapi dengan keadaan yang mereka hadapi saat ini dengan dipengaruhi faktor ekternal yaitu lingkungan pasar seperti adanya pandemi Covid 19, omset para pedagang kaki lima di Nuwo Intan mengalami penurunan drastis, yaitu mencapai Rp.100.000 sapai dengan Rp.150.000 per harinya. Penurunan omset

[11] Wawancara dengan Bapak Miswanto, PKL Ketroprak, 'Pukul 15.00 WIB
[12] Wawancara dengan Bpk Tono, PKL di badan jalan, Pukul 16.30WIB.

ini juga menjadi salah satu faktor alasan kenapa para pedagang kaki lima (PKL) memutuskan untuk berpindah berjualan dari Nuwo Intan ke jalan Yosorejo Timur saat ini.

Berdasarkan hasil wawancara dengan 5 pedagang kaki lima (PKL) yang ada di Kota Metro khususnya di jalan Yosorejo Metro Timur, ada beberapa faktor yang menyebabkan banyaknya para pedagang kaki lima yang enggan mengikuti arahan Pemkot Metro untuk memindahkan tempat berdagang mereka di tempat yang sudah disediakan yakni di Nuwo Intan, dimana beberapa faktor ini diantaranya:

1. Lingkungan Pemasaran.

   Lingkungan pemasaran merupakan lingkungan yang berada di sekitar usaha yang memiliki pengaruh langsung terhadap operasional usaha. Contohnya: Faktor dalam pemasarn yang sangat berpengaruh yakni lingkungan sekitar pasar, kita harus tau kebutuhan konsumen yang akan menjadi target paras kita sebagai seorang penjual.

2. Bahan Baku

   Bahwasannya bahan baku merupakan komponen utama dalam pemasaran, apabila bahan baku tidak ada maka produk olahan tidak akan ada, begitu juga dengan pemasarannya. Contoh: seperti penjual mknan singkong mereka harus memikirkan bagaimna harus mendapatkan bahan baku untuk kelancaran usaha mereka.

3. Harga yang Tidak Stabil.

Harga yang tidak stabil Keberadaan produk yang sejenis di pasaran menyebabkan tidak stabilnya harga produk, akan tetapi kualitas juga sangat menentukan beragamnya harga, apabila produk berkualitas maka harga akan tinggi, begitu juga sebaliknya apabila produk olahan kurang kualitasnya maka harga akan turun.

4. Masuknya Pedagang Baru

Masuknya pendatang baru dalam usaha dapat meningkatkan intensitas persaingan antar pelaku usaha.Masuknya pendatang baru tergantung pada mudah tidaknya hambatan masuk dalam usaha. Contoh. masuknya pesaing penjual yang sama bisa mengakibatkan harga tidak menentu. misal adanya kesamaan penjualan martabah dengan pedagang lain maka harga pun akan bisa naik atau pun bisa menurun.

5. Promosi Tidak Merata

Promosi merupakan kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan dengan cara mempengaruhi konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung. Contoh: terkadang penjual memberikan diskon untuk harga dagangannya sebagai promosi produknya akan tetapi produk yang dijual hanya sedikit maka bisa mengakibatkan tingkat promosi yang kurang merata pada semua konsumen.

Demikian faktor-faktor yang menjadi penyebab utama dan mejadi hal yang sangat berpengaruh diantara faktor-faktor yang lain untuk para pedagang kaki lima dan memilih berjualan di pinggiran jalan Kota Metro dari pada

mengikuti anjuran Pemkot Metro untuk berpindah ke Nuwo Intan Metro Timur.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan data, peneliti memperoleh dua kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian mengenai faktor-faktor rendahnya minat pedagang kaki lima berjualan di Nuwo Intan Kota Metro yaitu faktor ksternal yang meliputi . misalnya keadaan pasar atau persaingan, perkembangan iptek, keadaan ekonomi, keadaan sosial budaya, dan politik, serta kebijakan pemerintah, dan faktor Internal yang didalamya adalah mengenai faktor Lingkungan pemasaran, bahan baku, harga yang tidak stabil, masuknya pedagang baru, dan promosi yang tidak merata. Dua faktor utama tersebut yang menjadi penentu akan adanya kenaikan atau penurunan tingkat penjualan para pedagang kaki lima dalam Nuwo Intan Metro yang hasil omsetnya akan menjadi penentu mereka akan tetap bertahan menjajakan dagangannya di Nuwo Intan Metro ataukah akan berpindah tempat keluar dari Nuwo intan Metro.

B. Saran

Adapun saran yang diharapkan dari hasil penelitian ini diatara lain adalah:

1. Bagi pembaca, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan terkait dengan Faktor-faktor yang Mempengaruhi

Rendahnya Minat Pedagang Kaki Lima Berjualan di Nuwo Intan Kota Metro

2. Bagi para pelaku pedagang kaki lima diharapkan bisa nenaati peraturan yang telah ditentukan oleh pemerintah agar nantinya bisa menjadi tertibnya peraturan yang sudah ditentukan oleh pemerintah Kota Metro.
3. Dalam upaya menertibkan pedagang kaki lima pemerintah hendaknya memberikan tempat khusus yang mudah dijangkau oleh para konsumen dan dimudahkan dalam perijinan untuk setiap para pedagang kaki lima untuk berjualan di tempat yang telah disediakan dan juga tentunya dengan melihat dan menjadikan patokan bahwa faktor-faktor yang menjadi kendala dan keluhan para pedagang kaki lima (PKL) enggan menaati peraturan yang telah di keluarkan oleh pemerintah Kota Metro dan memiih kelura dari Nuwo Intan Metro Timur kemuadian berjualan di pinggiran jalan Kota Metro.

DAFTAR PUSTAKA

Alisjahbana. *Marginalisasi Sektor Informal Perkotaan*. Surabaya: ITS Press, 2006.

Ananta, Aris. *Ekonomi Sumber Daya Manusia*. Jakarta: LPFE UI, 2003.

Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik.* Jakarta: Rineka Cipta, 2013.

Aristian, Medy. "Kebijakan Pemda Kota Metro Terhadap Pengelolaan Lokasi Usah di Nuwo Intan Kota Metro Tahun 2018". Skripsi IAIN Metro Tahun 2019.

Cristina A.D Selang. "Bauran Emasaran Marketing MIX Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen pada Fresh Mart Bahu Mall Manado". Jurnal EMBA Vol. 1. No.3 Juni 2013. 73

Fathoni, Abdurrahmat. *Metodologi Penelitian dan Tehnik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Rinaka Cipta, 2006.

Haraja, Tri Weda dan Herrukmi Septa Rinawati. *Penguatan Strategi Pemasaran dan Daya Saing UMKM Berbasis Kemitraan Desan Wisata.* Surabaya: CV. Jakad Publishing Surabaya, 2019.

HD, Evers dan Rudiger Koff. *Urbanisasi di Asia Tenggara: Makna dan Kekuasaan dalam Ruang-ruang Sosial.* Jakarta; Yayasan Obor Indonesia, 2002.

Kasiram, Moh. *Metode Penelitian Kuantitatif-Kualitatif.* Cet. 2. Yogyakarta: UIN-Maliki Press, 2010.

Liauw, Gasper. *Administrasi Pembangunan Studi Kajian PKL.* Bandung: Refika Aditama, 2015.

Lincolin, Arsyad. *Ekonomi Pembangunan*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi, 2005.

Manning, Chris & Tadjuddin Noer Effendi. *Urbanisasi. Pengangguran. dan Sektor Informasi di Kota.* Jakarta: Yayasan Obor Indonnesia, 1996.

Marsono, Shandy, dkk. "Pengaruh Bauran Asar dengan Loyalitas Konsumen pada Pasaar Tradisional di Kota Surakarta". Pro-bank Jurnal Ekonomi. Bisnis. dan Perbankan. Maret 2015. Vol. 1 No. 1.

Menuk, Christina, dkk. Profil Pedagang Kaki Lima PKL yang Berjualan di Luar Sentra PKL Surabaya. dalam https: //journal.trunojoyo.ac.id/eco-entrepreneur/article/view/4360.

Muchson. *Statistik Deskriptif*. Jakarta: Guepedia, 2015.

Muliya, Mega, dkk. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemasaran Produk Olahan Ikan Laut Dikota Padang*. ejurnal.bunghatta.ac.id.

Nazir, Moh. *Metode Penelitian* Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.

Permadi, Gilang. *Pedagang Kaki Lima: Riwayatmu Dulu Nasibmu Kini !*. Jakarta: Yudishtira, 2007.

Purwosutjipto. *Pengertian Pokok Hukum Dagang Indonesia: Pengetahuan Dasar Hukum Dagang.* Jakarta. Djambatan, 1999.

Rachbini, Didik J. dan Abdul Hamid. *Ekonomi Informal Perkotaan Gejala Involusi Gelombang Kedua*. Jakarta: LP3ES, 1991.

Rachmawati, Rina. "Peranan Bauran Pemasaran Marketing Mix terhadap Peningkatan Penjualan Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran". Jurnal Kompetensi Teknik Vol. 2. No. 2. Mei 2011.

Rangkuti, Freddy. *Customer Revice Statisfaction & Call Center Berdasarkan ISO 9001*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2013.

-------. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication.* Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama, 2009.

Simamoro, Bilson. *Memenangkan Pasar. dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama, 2013.

Soetandoyo. *Hukum dalam Masyarakat*. Surabaya: Bayumedia, 2008.

Suryabrata, Sumadi. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Prees, 2002.

Susanto, Eko. "Pemberdayaan Pedagang Kaki Lima di Kota Metro Studi Kasus di Pasar Cendrawasih Kota Metro". Skripsi IAIN Metro. Tahun 2019

Umar, Husein. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2009.

Zulkarnain. *Kewirausahaan Strategi Pemberdaya Usaha Kecil. Menengah dan Penduduk Miskin*. Yogyakarta: Penerbit Adi Cipta Karya Nusa, 2006.

Zainal Abidin, Nuddin Harahab,dan Lina Asmarawati, *Pemasaran Hasil Pemikran*, Malang, Tim UB Press,, 2017

http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:ptIbp077n0cJ:digilib.unila.ac.id/19472/6/bab.%2520IV%2520new%2520revisi.pdf+&cd=1&hl=id&ct=clnk&gl=id&client=firefox-b-d.

https://id.m.wikipedia.org/wiki/KotaMetro.

https://www.academia.edu/11397299/Pedagang_Kaki_Lima.

https://barnasrasmana.blogspot.com. diakses pada tanggal 07 Mei 2018.

https://intailampung.com/2018/11/22/pemkot-Metro-resmikan-umk-center-kota-Metro-pusat-pemasaran-produk-umkm/.

https://www.traingpemasaransurabaya.com

LAMPIRAN-LAMPIRAN

KEMENTERIAN AGAMA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
(STAIN) JURAI SIWO METRO
JURUSAN SYARI'AH DAN EKONOMI ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara 15 A Kota Metro Telp. (0725) 41507

Nomor : Sti.06/J-SY/PP.00.9/1288/2016 Metro, 17 Oktober 2016
Lampiran : -
Perihal : **Pembimbing Skripsi**

Kepada Yth:
1. Drs. Dri Santoso, M.H
2. Selvia Nuriasari, M.E.I

di –
Metro

Assalamu'alaikum wr.wb.

Untuk membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk masing-masing sebagai Pembimbing I dan II skripsi mahasiswa :

Nama	:	Yepi Ratmanti
NPM	:	13104854
Jurusan	:	Syariah dan Ekonomi Islam
Prodi	:	Ekonomi Syariah (ESy)
Judul	:	Etos Kerja Islam Pedagang Kaki Lima Ditaman Merdeka Kota Metro Provinsi Lampung

Dengan ketentuan :

1 Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal sampai selesai skripsi:
   a Pembimbing I, mengoreksi out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi setelah pembimbing II mengoreksi.
   b Pembimbing II, mengoreksi proposal, out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi, sebelum ke Pembimbing I.
2 Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
3 Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah edisi revisi yang dikeluarkan oleh STAIN Jurai Siwo Metro tahun 2013
4 Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
   a Pendahuluan ± 2/6 bagian.
   b Isi ± 3/6 bagian.
   c Penutup ± 1/6 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Saudara diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Ketua Jurusan,

Siti Zulaikha, S.Ag.,MH
NIP. 197206111998032001

OUTLINE

FAKTOR-FAKTOR RENDAHNYA MINAT PEDAGANG KAKI LIMA (PKL) BERJUALAN DI NUWO INTAN KOTA METRO

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

ABSTRAK

ORISINILITAS PENELITIAN

MOTTO

PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah
B. Pertanyaan Penelitian
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian
D. Penelitian Relevan

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah
B. Pertanyaan Penelitian
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian
D. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

A. Pedagang Kaki Lima
   1. Pengertian Pedagang Kaki Lima
   2. Karakteristik Pedagang Kaki Lima (PKL)
   3. Faktor yang Menyebabkan Pedagang Memilih Lokasi untuk Usaha

B. Pemasaran
   1. Faktor Pemasaran
   2. Bauran Pemasaran

C. Perilaku Pembelian Konsumen
   1. Faktor Budaya
   2. Faktor Sosial
   3. Faktor Psikologis

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

B. Sumber Data

C. Teknik Pengumpulan Data

D. Teknik Analisa Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Sejarah Kota Metro

B. Gambaran Umum Nuwo Intan Kota Metro

C. RT Yosorejo

D. Faktor-Faktor Rendahnya Minat Pedagang Kaki Lima Berjualan di Nuwo Intan Kota Metro

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Metro, Januari 2020
Mahasiswa Ybs.

Yepi Ratmanti
NPM. 13104854

Mengetahui,

Pembimbing I	Pembimbing II
Drs. Dri Santoso, MH.	**Selvia Nuriasari, M.E.I**
NIP. 19670316 199503 1 001	NIP. 19810828 200912 2 003

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)
FAKTOR-FAKTOR RENDAHNYA MINAT PEDAGANG KAKI LIMA (PKL) BERJUALAN DI NUWO INTAN KOTA METRO

A. Wawancara dengan Pedagang Kaki Lima

1. Sejak kapan anda menjadi pedagang kaki lima di Metro ini?
2. Pukul berapa anda mulai berjualan?
3. Sudah berapa lama anda berjualan?
4. Sebelum berjualan di sini anda bekerja sebagai apa?
5. Apa anda ingin beralih profesi? Kalau ia alasanya apa? Tidak
6. Apakah keuntungan dari berjualan dapat mencukupi kebutuhan keluarga?
7. Apakah penghasilan sebagai pedagang merupakan penghasilan utama anda?
8. Bagaimana hubungan anda dengan penjual lain yang ada disini?
9. Apakah makanan yang dijual ini dibuat oleh anda sendiri atau beli kemudian anda menjualnya kembali?
10. Di Kota Metro ini banyak sekali PKL, apakah anda merasa atau tidak merasa tersaingi, jelaskan alasanya?
11. Apakah ada penertipan PKL oleh pemerintah Kota Metro?
12. Apa yang dilakukan petugas Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) kepada pedagang kaki lima?
13. Apakah ada relokasi/tempat yang disediakan oleh pemerintah Kota Metro untuk berjualan?
14. Jika ada tempat yang sudah disediakan oleh pemerintah Kota Metro, kenapa anda tidak berjualan ditempat yang sudah tersedia?
15. Adakah syarat untuk berjualan di Nuwo Intan?

B. Dokumentasi

1. Sejarah Kota Metro
2. Gambaran Umum Nuwo Intan Kota Metro
3. Gambaran Umum RT Yosorejo
4. Wawancara dengan pedagang Kaki Lima di Nuwo Intan Kota Metro.

Metro, Februari 2020
Penulis

Yepi Ratmanti
NPM. 13104854

Mengetahui

Pembimbing I	**Pembimbing II**
Drs. Dri Santoso, MH.	**Selvia Nuriasari, M.E.I**
NIP. 19670316 199503 1 001	**NIP.19810828 200912 2 003**

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; *Website*: www.febi.metrouniv.ac.id; *e-mail*: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : 1411/In.28/D.1/TL.00/06/2020
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
Pedagang Kaki Lima Kota Metro
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 1410/In.28/D.1/TL.01/06/2020, tanggal 10 Juni 2020 atas nama saudara:

Nama	: **YEPI RATMANTI**
NPM	: 13104854
Semester	: 14 (Empat Belas)
Jurusan	: Ekonomi Syari`ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di Kaki Lima Kota Metro, dalam rangka meyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "FAKTOR - FAKTOR RENDAHNYA MINAT PEDAGANG KAKI LIMA BERJUALAN DI NUO INTAN KOTA METRO".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 10 Juni 2020
Wakil Dekan I,

Drs.H. M. Saleh MA
NIP 19650111 199303 1 001

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; *Website*: www.febi.metrouniv.ac.id; *e-mail*: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: 1410/In.28/D.1/TL.01/06/2020

Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama	:	**YEPI RATMANTI**
NPM	:	13104854
Semester	:	14 (Empat Belas)
Jurusan	:	Ekonomi Syari`ah

Untuk :

1. Mengadakan observasi/survey di Kaki Lima Kota Metro, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka meyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "FAKTOR-FAKTOR RENDAHNYA MINAT PEDAGANG KAKI LIMA BERJUALAN DI NUO INTAN KOTA METRO".
2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 10 Juni 2020

Mengetahui,
Pejabat Setempat

Kelurahan YOSOREJO
RT 09
RW 03

NOERLELA, S.Sos

Wakil Dekan I,

Drs.H. M. Saleh MA
NIP 19650111 199303 1 001

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; *Website*: www.febi.metrouniv.ac.id; *e-mail*: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: 1410/In.28/D.1/TL.01/06/2020

Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama	:	**YEPI RATMANTI**
NPM	:	13104854
Semester	:	14 (Empat Belas)
Jurusan	:	Ekonomi Syari`ah

Untuk :

1. Mengadakan observasi/survey di Kaki Lima Kota Metro, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka meyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "FAKTOR-FAKTOR RENDAHNYA MINAT PEDAGANG KAKI LIMA BERJUALAN DI NUO INTAN KOTA METRO".
2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 10 Juni 2020

Mengetahui,
Pejabat Setempat

Ketua RT 08

Wakil Dekan I,

Drs.H. M. Saleh MA
NIP 19650111 199303 1 001

SURAT BALASAN

Hal : Balasan

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis Islam (FEBI)

Di Tempat

Dengan Hormat,

Yang bertandatangan dibawah ini :
Nama : Nurlela.S.sos
Jabatan : Ketua RT.09 RW.03 Yosorejo
Alamat : Jl.Tulang Bawang No.08 Yosorejo Metro Timur

Menerangkan bahwa,
Nama : Yepi Ratmanti
NPM : 13104854
Mahasiswa/i : IAIN Metro

Telah kami setujui untuk melaksanakan penelitian di wilayah kami sebagai syarat penyusunan Skripsi dengan judul :
"FAKTOR-FAKTOR RENDAHNYA MINAT PEDAGANG KAKI LIMA BERJUALAN DI NUWO INTAN KOTA METRO"

Demikian surat ini kami sampaikan, dan atas kerjasamanya kami ucapkan terimakasih.

Metro, 17 Juni 2020
Hormat Kami,
Ketua RT 09

Kelurahan YOSOREJO
RT 09
RW 03
NURLELA, S.Sos

Nurlela.S.sos

SURAT BALASAN

Hal : Balasan

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis Islam (FEBI)

Di Tempat

Dengan Hormat,

Yang bertandatangan dibawah ini :
Nama : Edwin. S
Jabatan : Ketua RT.08 RW.03
Alamat : Jl. A.H. Nasution No. 57 Yosorejo

Menerangkan bahwa,
Nama : Yepi Ratmanti
NPM : 13104854
Mahasiswa/i : IAIN Metro

Telah kami setujui untuk melaksanakan penelitian di wilayah kami sebagai syarat penyusunan Skripsi dengan judul :
"FAKTOR-FAKTOR RENDAHNYA MINAT PEDAGANG KAKI LIMA BERJUALAN DI NUWO INTAN KOTA METRO"

Demikian surat ini kami sampaikan, dan atas kerjasamanya kami ucapkan terimakasih.

Metro, 17 Juni 2020
Hormat Kami,
Ketua RT 08

Edwin. S

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507
Fax. (0725) 47296 Email: stainmetro@yahoo.com
Website: www. stainmetro.co.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : **Yepi Ratmanti** **Fakultas /Jurusan** : **Syariah dan Ekonomi Islam Ekonomi Syariah (ESy)**

NPM : **13104854** **Semester/TA** : **IX/2017**

NO	Hari/Tgl	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Kamis 10/15 /	✓	perbaiki teori; indikator atas kajian tinjauan jelas	

Dosen Pembimbing,

Selvia Nurjasari, M.E.I
NIP.19810828 200912 2 003

Mahasiswa Ybs.

Yepi Ratmanti
NPM. 13104854

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507
Fax. (0725) 47296 Email: stainmetro@yahoo.com
Website: www. stainmetro.co.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Yepi Ratmanti** **Fakultas /Jurusan** : **Syariah dan Ekonomi Islam Ekonomi Syariah (ESy)**

NPM : **13104854** **Semester/TA** : **XII/2019**

NO	Hari/Tgl	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Rabu 20/2/19		ACC proposal. BAB I – III ACC Seminar	

Dosen Pembimbing,

Selvia Nuriasari, M.E.I
NIP.19810828 200912 2 003

Mahasiswa Ybs.

Yepi Ratmanti
NPM. 13104854

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507; faksimili (0725)47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id;E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Yepi Ratmanti**
NPM : 13104854

Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / ESy
Semester / TA : XIV / 2019-2020

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	9-1-2020. Kamis. 13.00 –	14.30 WIB.	~~Revisi~~ APD = GPD tgi efo bgi Ulan di muncki Ca APD.	

Dosen Pembimbing II

Selvia Nuriasari, M.E.I
NIP. 19810828 200912 2 003

Mahasiswa Ybs.

Yepi Ratmanti
NPM. 13104854

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507; faksimili (0725)47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id;E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Yepi Ratmanti** Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / ESy
NPM : 13104854 Semester / TA : XIV / 2019-2020

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	10-1-2020. Jumlat	13.00 – 14.00 wib.	revisi APD = → teori otor bloq blu lolut di pertanyaan → lihat indikator dr otor lain sbg landasan dan buat APD.	
		15.30 – 16.00 wib	ACC APD	

Dosen Pembimbing II

Selvia Nuriasari, M.E.I
NIP. 19810828 200912 2 003

Mahasiswa Ybs.

Yepi Ratmanti
NPM. 13104854

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507; faksimili (0725)47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id;E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Yepi Ratmanti**
NPM : 13104854

Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / ESy
Semester / TA : XIV / 2019-2020

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	selasa. 4-2-2020		ACC Agm.	

Dosen Pembimbing II

Selvia Nuriasari, M.E.I
NIP. 19810828 200912 2 003

Mahasiswa Ybs.

Yepi Ratmanti
NPM. 13104854

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507; faksimili (0725)47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id;E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Yepi Ratnanti**
NPM : 1310484

Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / ESy
Semester / TA : XIV/ 2019-2020

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
			Acc. munaqosah -	

Dosen Pembimbing I

Drs. Dri Santoso, MH.
NIP. 19670316 199503 1 001

Mahasiswa Ybs.

Yepi Ratnanti
NPM. 1310484

FOTO DOKUMENTASI

Foto 1. Wawancara dengan Bapak Miswanto

Foto 2. Wawancara dengan Bapak Raher Efendi

Foto 3. Wawancara dengan Bapak Hadi Romdoni

Foto 4. Wawancara dengan Bapak Adel Sulastiyo

Foto 5. Wawancara dengan Bapak Tono Supriyanto

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN
Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-372/In.28/S/U.1/OT.01/06/2020

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama	: YEPI RATMANTI
NPM	: 13104854
Fakultas / Jurusan	: Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2019 / 2020 dengan nomor anggota 13104854.

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas dari pinjaman buku Perpustakaan dan telah memberi sumbangan kepada Perpustakaan dalam rangka penambahan koleksi buku-buku Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 08 Juni 2020
Kepala Perpustakaan

Drs. Mokhtaridi Sudin, M.Pd
NIP. 195508311981030100 1

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Peneliti bernama Yepi Ratmanti, lahir pada tanggal 22 Desember 1995 di Desa Ringin Sari Kecamatan Jabung Kabupaten Lampung Timur, dari pasangan Bapak Suratman dan Ibu Lasiyem. Peneliti merupakan anak pertama dari dua bersaudara.

Peneliti menyelesaikan pendidikan formalnya di SD Negeri 2 Asahan, lulus pada tahun 2007, kemudian melanjutkan pada MTs Ma'arif 2 Nurul Huda Adirejo, lulus pada tahun 2010, kemudian melanjutkan pada SMA Negeri 1 Raman Utara, lulus pada tahun 2013. Selanjutnya peneliti melanjutkan pendidikan pada Program Ekonomi Syariah Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Jurai Siwo Metro dimulai pada Semester I Tahun Ajaran 2013/2014, yang kemudian pada Tahun 2017, STAIN Jurai Siwo Metro beralih status menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.