

SKRIPSI

**STRATEGI PEDAGANG KAKI LIMA DALAM MENINGKATKAN
PENDAPATANU NTUK KESEJAHTERAAN KELUARGA
(Studi Pedagang Kaki Lima di Jalan Sulawesi Ganjar Asri Metro Barat)**

Oleh:

**SONIA PUJAYANTI
NPM. 1804040096**



**Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
TAHUN 1443 H/2022 M**

**STRATEGI PEDAGANG KAKI LIMA DALAM MENINGKATKAN
PENDAPATAN UNTUK KESEJAHTERAAN KELUARGA
(Studi Pedagang Kaki Lima di Jalan Sulawesi Ganjar Asri Metro Barat)**

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

Oleh:

SONIA PUJAYANTI
NPM. 1804040096

Pembimbing: Aulia Ranny Priyatna, M. E. Sy.

Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
TAHUN 1443 H/2022 M**

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (satu) berkas
Hal : **Pengajuan Untuk Dimunaqosahkan**

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

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

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

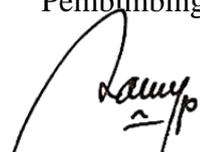
Nama : SONIA PUJAYANTI
NPM : 1804040096
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul : STRATEGI PEDAGANG KAKI LIMA DALAM MENINGKATKAN
PENDAPATAN UNTUK KESEJAHTERAAN
KELUARGA(StudiPedagang Kaki Lima di Jalan Sulawesi Ganjar Asri
Metro Barat)

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.

Wassalamua 'alaikum Wr. Wb

Metro,
Pembimbing


Aulia Ranny Priyatna, M. E. Sy.
NIDN. 198406162012

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : STRATEGI PEDAGANG KAKI LIMA DALAM MENINGKATKAN
PENDAPATAN UNTUK KESEJAHTERAAN
KELUARGA(StudiPedagang Kaki Lima di Jalan Sulawesi Ganjar Asri
Metro Barat)

Nama : SONIA PUJAYANTI

NPM : 1804040096

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

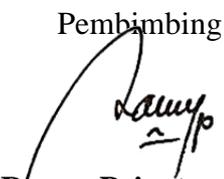
Jurusan : Ekonomi Syariah

MENYETUJUI

Untuk diujikan dalam Sidang Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam Institut Agama Islam (IAIN) Metro.

Metro, Mei 2022

Pembimbing


Aulia Ranny Priyatna, M. E. Sy.
NIDN. 198406162012



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 3411
 Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : B-2406 / In. 20.3 / D / PP. 00.9 / 06 / 2022

Skripsi dengan Judul “STRATEGI PEDAGANG KAKI LIMA DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN UNTUK KESEJAHTERAAN KELUARGA (Studi Pedagang Kaki Lima di Jalan Sulawesi Ganjar Asri Metro Barat)”, Disusun oleh SONIA PUJAYANTI, NPM. 1804040096, Jurusan : Ekonomi Syariah yang telah diujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro pada hari/tanggal Rabu / 15 Juni 2022.

TIM PENGUJI MUNAQOSYAH

- | | | |
|-------------------|--------------------------------|---|
| Ketua / Moderator | : Aulia Ranny Priyatna, M.E.Sy | () |
| Penguji I | : Suci Hayati, S.Ag., M.S.I | () |
| Penguji II | : Dharma Setyawan, M.A. | () |
| Sekretaris | : Lella Anita, M.S.Ak | () |

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. Mat Jalil, M.Hum
 NIP. 196208121998031001



ABSTRAK

STRATEGI PEDAGANG KAKI LIMA DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN UNTUK KESEJAHTERAAN KELUARGA (Studi Pedagang Kaki Lima di Jalan Sulawesi Ganjar Asri Metro Barat)

**Oleh:
SONIA PUJAYANTI
NPM : 1804040096**

Pedagang Kaki Lima (PKL) merupakan salah satu alternatif mata pencaharian sektor informal yang termasuk ke dalam golongan usaha kecil. Adanya pedagang kaki lima di Jalan Sulawesi menciptakan lapangan pekerjaan sehingga dapat memberikan kontribusi dalam penyelesaian masalah sosial yaitu pengangguran. Suatu usaha perlu adanya strategi yang digunakan untuk menjalankan usaha agar usaha tersebut menjadi lebih maju, penjualan semakin meningkat, dan pendapatan semakin bertambah sehingga keberlangsungan usaha berjalan dengan baik tercapainya kesejahteraan dapat mencukupi kebutuhan keluarganya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Pedagang Kaki Lima dalam Meningkatkan Pendapatan untuk Kesejahteraan Keluarga, meliputi penerapan strategi bisnis yaitu strategi produk dan pelayanan, strategi harga, dan strategi promosi. Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian *field research* atau penelitian lapangan dan bersifat deskriptif kualitatif. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sekunder. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan dokumentasi. Teknik pengumpulan data menggunakan *snowball sampling*. Setelah seluruh data terkumpul dan dianalisis dengan cara analisa induktif.

Berdasarkan hasil analisa yang peneliti lakukan dapat diketahui bahwa strategi bisnis yang ada, seperti strategi produk dan layanan, strategi harga, dan strategi promosi tidak semua digunakan dan yang lebih menonjol digunakan yaitu strategi produk dan layanan. Dengan strategi produk dan layanan dalam kegiatan bisnisnya, karena dengan menjaga kualitas produk dan pelayanan dapat memikat pelanggan sehingga jumlah pelanggan meningkat yang pada akhirnya meningkatkan pendapatan usaha mereka.

Kata Kunci : *Pedagang Kaki Lima, Strategi Bisnis, Kesejahteraan Keluarga*

ORISINILITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sonia Pujayanti
NPM : 1804040096
Jurusan : Ekonomi Syari'ah
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, Mei 2022

Yang Menyatakan,



Sonia Pujayanti
NPM 1804040096

MOTTO

وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَى ٣٩

Artinya : *dan bahwasanya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya. (Q.S An Najm : 39)*

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan kerendahan hati dan rasa syukur kepada Allah SWT, peneliti persembahkan Tugas Akhir ini sebagai ungkapan rasa hormat dan cinta kasih sayang tulus kepada :

1. Kedua orang tua tercinta Ayahanda Pujiadi dan Ibunda Tatik Pujiati yang sangat peneliti sayangi dan hormati, yang senantiasa mendoakan, memberikan kasih sayang yang begitu luar biasa serta dukungan dalam keberhasilan menyelesaikan studi di IAIN Metro.
2. Untuk ketiga adikku Silvia Angelica, Muhammad Farel Alkatri, dan Auora Anindita dankeluarga besarku terimakasih atas semua doanya dan nasihat untukku sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan.
3. Ibu Aulia Ranny Priyatna, M.E. Sy. Selaku pembimbing skripsi yang selalu memberi bimbingan dan arahan untuk peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Untuk sahabat tercinta Nurmala, Adel, Eria dan teman-teman seperjuangan bimbingan skripsi yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Terimakasih telah menemani dan menyemangati peneliti dalam suka maupun duka dan selalu memberikan motivasi selama melakukan proses yang sangat panjang terimakasih telah berjuang bersama sejauh ini.
5. Almamater kebanggaan IAIN Metro.

Terimakasih peneliti ucapkan atas keikhlasan dan ketulusannya dalam mencurahkan cinta, kasih sayang dan doanya. Terimakasih untuk perjuangan dan pengorbanan kalian semua. Semoga kita termasuk ke dalam golongan orang-orang yang beruntung

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, atas taufik dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian Skripsi ini. Penelitian 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) di IAIN Metro.

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

1. Ibu Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag, selaku Rektor IAIN Metro.
2. Bapak Dr. Mat Jalil, M.Hum, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Dharma Setiawan, M.A, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah.
4. Ibu Aulia Ranny Priyatna, M.E.Sy, selaku Pembimbing pada penelitian ini, yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga kepada peneliti.

Kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini akan sangat di harapkan diterima dengan lapang dada. Dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu Ekonomi Syariah.

Metro, Mei 2022

Peneliti,

Sonia Pujayanti
NPM. 1804040096

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
ABSTRAK	v
HALAMAN ORSINILITAS PENELITIAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pertanyaan Penelitian	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
D. Penelitian Relevan	7
BAB II LANDASAN TEORI	10
A. Strategi Bisnis.....	10
1. Pengertian Strategi Bisnis	10
2. Perencanaan Strategi Bisnis	11
B. Pedagang Kaki Lima	18
1. Pengertian Pedagang Kaki Lima	18
2. Karakteristik Pedagang Kaki Lima	19
C. Pendapatan.....	20
1. Pengertian Pendapatan.....	20
2. Macam-Macam Pendapatan	21
3. Peningkatan Pendapatan.....	22

D. Kesejahteraan Keluarga.....	23
1. Pengertian Kesejahteraan Keluarga.....	23
2. Indikator Keluarga Sejahtera	24
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Jenis dan Sifat Penelitian.....	27
B. Sumber Data	28
C. Teknik Pengumpulan Data	30
D. Teknik Analisis Data	31
BAB IV PEMBAHASAN	
A. Pelaksanaan Kegiatan Pedagang Kaki Lima	33
B. Strategi Pedagang Kaki Lima Dalam Meningkatkan Pendapatan	35
C. Analisis Strategi Pedagang Kaki Lima Dalam Meningkatkan Pendapatan Untuk Kesejahteraan Keluarga	43
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	48
B. Saran	48

DAFTAR PUSTAKA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pembangunan di wilayah perkotaan juga ketersediaan fasilitas umum yang lebih menarik di wilayah perkotaan menimbulkan arus urbanisasi yang semakin banyak dan menjadi salah satu penyebab permasalahan baru di daerah perkotaan. Urbanisasi yang berlebihan dapat menjadikan kawasan perkotaan menjadi daerah padat penduduk dan menimbulkan permasalahan sosial dan ekonomi, misalnya dalam bidang ketenagakerjaan. Keterbatasan sektor tenaga kerja formal dalam menampung tenaga kerja mengakibatkan para pencari kerja lebih memilih sektor informal sebagai sumber mata pencahariannya.

Kegiatan usaha sektor informal sangat potensial dan berperan penting dalam menyediakan lapangan pekerjaan dengan penyerapan tenaga kerja secara mandiri. Pedagang kaki lima adalah orang-orang yang bermodal relatif sangat sedikit berusaha dibidang produksi barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan kelompok tertentu di dalam masyarakat. Usaha tersebut dilaksanakan ditempat-tempat yang dianggap strategis dalam suasana lingkungan yang informal.¹

Suatu keluarga dikatakan sejahtera jika keadaan keluarganya makmur, sehat, dan damai, dimana indikatornya adalah aspek fisik, pendapatan,

¹Nurlaila Hanum, "Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Kota Kuala Simpang", *Jurnal Samudera Ekonomika*, Vol. 1, No. 1/2017: 73.

kesehatan, pendidikan, dan sosial ekonomi. Anggota keluarga adalah bagian terpenting dalam rumah tangga karena merupakan sumber daya manusia yang harus dikerahkan untuk mendapatkan penghasilan dalam memenuhi kebutuhan pokok sehari-hari. Keadaan suatu rumah tangga yang serba kekurangan akan menggerakkan anggota rumah tangga bekerja untuk menambah penghasilan.²

Kerja adalah segala aktivitas yang mempunyai tujuan untuk memenuhi kebutuhan baik jasmani dan rohani, dalam mencapai tujuan tersebut harus dengan penuh kesungguhan sebagai bukti pengabdian diri kepada Allah SWT. Islam memandang bahwa bekerja merupakan satu kewajiban bagi setiap insan, oleh karenanya Islam mengategorikan bekerja sebagai ibadah.

Allah SWT berfirman:

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ
وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ 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.”

(QS. At-Taubah: 105).³

Ayat ini dijelaskan oleh M. Quraish Shihab bertujuan untuk mendorong umat manusia agar lebih menginstropeksi diri dan mengawasi amal-amal atau pekerjaan mereka, dengan cara mengingatkan mereka bahwa

²Marlina Telaumbanua, Mutiara Nugraheni, “Peran Ibu Rumah Tangga Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Keluarga”, *Sosio Informa*, Vol. 4, No. 2/2018: 419.

³Tim penerjemah Al-Qur’an Departemen Agama RI, Al-Qur’an dan Terjemah, (Bandung : PT Sygma Examedia Arkanleema, 2009), 203

setiap amal atau perbuatan yang baik dan buruk memiliki hakekat yang tidak dapat disembunyikan, dan mempunyai saksi-saksi yang mengetahui dan melihat hakekatnya, yaitu Allah Swt, Nabi Muhammad SAW, dan saksi-saksi dari umat Islam. Setelahnya Allah akan membuka tabir penutup yang menutupi mata mereka yang mengerjakan amal-amal atau perbuatan tersebut pada hari kiamat, sehingga mereka pun mengetahui dan melihat hakekat amal mereka sendiri.⁴

Pedagang kaki lima sekarang ini yang menjadi salah satu solusi dari permasalahan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Pedagang Kaki Lima (PKL) merupakan salah satu alternatif mata pencaharian sektor informal yang termasuk ke dalam golongan usaha kecil. Untuk menjadi pedagang kaki lima tidak membutuhkan pendidikan tinggi, tidak membutuhkan modal yang besar, namun dapat menghasilkan pendapatan yang kadang melebihi sektor formal. Pedagang kaki lima cenderung mengelompok dengan pekerjaan yang sejenisnya. Jenis usaha yang paling banyak diminati adalah makanan dan minuman.⁵

Pedagang kaki lima sering menjadi masalah bagi kota-kota yang sedang berkembang apalagi bagi kota-kota besar. Seringkali keberadaan pedagang kaki lima ditengah-tengah kota menggunakan fasilitas umum yang menyebabkan kemacetan terlebih para pedagang kaki lima ini banyak yang

⁴Rahmad Kurniawan, "Urgensi Bekerja Dalam AlQuran", *Jurnal Transformatif*, Vol. 3, No. 1/2019:42-67.

⁵Bahtiar Bahar, Imran Ismail, Juharni, "Implementasi Kebijakan Strategi Pengelolaan Bagi Pedagang Kaki Lima Kota Makassar", *J. Paradigma*, Vol. 1, No. 1/2018: 15.

berjualan di trotoar atau bahu jalan membuat kota menjadi tidak indah dan tidak bersih serta menciptakan buruknya tata kota.

Berdasarkan hasil survey yang peneliti lakukan bahwa dilokasi penelitian terdapat kurang lebih 20 pedagang kaki lima di paguyuban pedagang dan pekerja informal Bina Usaha di Jalan Sulawesi Ganjar Asri Metro Barat. Perhari nya para pedagang ini mendapat pendapatan rata-rata Rp. 200.000-Rp. 250.000, namun semenjak adanya pandemi pendapatan menurun menjadi Rp. 100.000-Rp. 150.000.

Jenis dagangan yang dijual meliputi barang mentah dan setengah jadi misalnya sayuran, buah, beras, dan lain – lain, untuk makanan siap konsumsi jenis dagangan ini berupa bahan yang dapat dikonsumsi pada saat itu juga seperti makanan dan minuman, non makanan jenis dagangan ini tidak berupa makanan seperti misalnya tekstil hingga obat – obatan, dan jasa pelayanan (services) jenis dagangan ini yang ditawarkan adalah jasa perorangan seperti agen BRllink.

Hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti, para pedagang kaki lima di Jalan Sulawesi memang mengeluhkan berkurangnya pembeli karena pengunjung rumah sakit berkurang. Menurut salah satu narasumber yaitu Pak Edi bahwa semenjak diberlakukannya kebijakan akibat pandemi, rumah sakit Mardi Waluyo menetapkan kebijakan sesuai intruksi menteri kesehatan bahwa tidak ada jam besuk untuk menghindari penularan virus Corona.⁶

⁶Wawancara singkat dengan Bapak Edi selaku ketua P3IBU pada tanggal 16 Agustus 2021, pukul 10. 00 WIB.

Seperti Pak Sarman, beliau merupakan pedagang kaki lima yang sudah berjualan nasi uduk sejak tahun 1985 sampai sekarang. Semenjak pandemi beliau akui pembeli makin sepi dan sudah jelas pendapatan pun turun dari biasanya bisa meraup keuntungan mencapai Rp. 200.000-Rp. 250.000 sekarang hanya sekitar Rp. 100.000-Rp. 150.000. Sumber mata pencaharian keluarga Pak Sarman memang hanya bergantung dari berdagang nasi uduk ini sejak puluhan tahun.⁷

Tidak dipungkiri bahwa semakin banyaknya minat masyarakat untuk berbisnis akan memperketat tingkat persaingan. Pedagang kaki lima walaupun termasuk ke dalam sektor UMKM juga merasakan hal tersebut. Karena bisnis besar maupun kecil tidak dapat dipisahkan dengan yang namanya persaingan. Semakin banyaknya pedagang yang menjual produk sejenis akan membuat persaingan semakin ketat, tidak hanya itu saja semakin banyaknya pedagang yang menempati suatu wilayah yang sama juga akan memperketat persaingan.

Sampai saat ini memang pemberlakuan kebijakan tidak menerima jam besuk pasien di rumah sakit Mardi Waluyo masih diberlakukan. Hal itu sangat mempengaruhi tingkat pendapatan para pedagang yang mulai menurun dibandingkan tahun sebelumnya karena berkurangnya para pengunjung, hal ini terjadi sejak bulan maret tahun 2019. Maka dari itu penting bagi pedagang kaki lima untuk memikirkan kembali bagaimana strategi dalam mengembangkan bisnisnya agar terus dapat diminati oleh masyarakat walaupun banyak pesaing diluar sana dan juga pengunjung pasien yang berkurang. Karena dari hasil

⁷Wawancara singkat dengan Bapak Sarman selaku pedagang kaki lima pada tanggal 16 Agustus 2021, pukul 11. 00 WIB.

wawancara awal bahwa mayoritas pedagang belum memahami bagaimana strategi bisnis yang seharusnya.

Berdasarkan uraian dalam latar belakang, peneliti tertarik mengangkat penelitian ini dalam bentuk karya ilmiah berbentuk skripsi dengan judul Strategi Pedagang Kaki Lima Dalam Meningkatkan Pendapatan Untuk Kesejahteraan Keluarga (Studi Pedagang Kaki Lima Di Jalan Sulawesi Ganjar Asri Metro Barat).

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas maka muncul pertanyaan penelitian pada penelitian ini yaitu: “Bagaimana Strategi Pedagang Kaki Lima Dalam Meningkatkan Pendapatan Untuk Kesejahteraan Keluarga di Jalan Sulawesi Ganjar Asri Metro Barat?”

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Adapun tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Tujuan Penelitian

Secara umum tujuan penelitian adalah untuk menemukan, mengungkapkan sasaran atau hal apa yang ingin dicapai dalam penelitian. Tujuan penelitian harus dinyatakan dengan jelas dan singkat. Merumuskan tujuan penelitian berupa kalimat pernyataan.⁸

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi pedagang kaki lima dalam meningkatkan

⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif DAN R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), 290.

pendapatan untuk kesejahteraan keluarga di Jalan Sulawesi Ganjar Asri Metro Barat.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian adalah merupakan hal-hal yang dapat diambil oleh pihak lain (selain peneliti) dari hasil penelitian ini. Suatu penelitian akan lebih bermakna dan bermanfaat apabila dapat menjadi pengembangan ilmu pengetahuan, maupun bagi kehidupan masyarakat.⁹

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa tambahan pengetahuan dan wawasan kepada peneliti. Dapat dijadikan referensi untuk melakukan penelitian lebih lanjut.

a. Secara Teoritis

Sebagai tambahan referensi akademis dan penulis tentang pengetahuan yang berkaitan dengan Jurusan Ekonomi Syariah dibidang strategi bisnis.

b. Secara Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan bagi pembaca khususnya para pedagang kaki lima tentang strategi yang tepat agar para pedagang dapat meningkatkan pendapatan untuk kesejahteraan keluarga.

D. Penelitian Relevan

Penelitian Relevan berisi uraian mengenai hasil penelitian terdahulu (*Prior Research*) tentang persoalan yang dikaji. Oleh karena itu, penelitian

⁹*Ibid*, 291.

relevan terhadap hasil kajian terdahulu perlu dilakukan dalam penelitian ini, sehingga dapat ditentukan dimana posisi penelitian yang akan dilakukan berbeda. Berikut beberapa penelitian yang berkaitan dengan penelitian yang peneliti lakukan antara lain sebagai berikut:

Penelitian Nurul Aulia Dewi mahasiswi jurusan Ekonomi Islam fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara dengan judul “*Analisis Strategi Pemasaran Pedagang Kaki Lima di Jembatan Tabayang Kota Tanjung Balai*”. Penelitian ini membahas strategi pemasaran yang berfokus kepada pedagang kaki lima. Dilihat dari permasalahannya strategi pemasaran belum efektif dikarenakan tingkat pendidikan para pedagang kaki lima sendiri yang relatif hanya lulusan sekolah menengah pertama (SMP) yang minim akan pengetahuan mengenai strategi pemasaran.¹⁰ Persamaan yang ditemukan terletak pada pembahasan antara peneliti dan Nurul Aulia Dewi sama-sama membahas mengenai pedagang kaki lima, perbedaannya peneliti membahas mengenai strategi bisnis sedangkan Nurul Aulia Dewi membahas startegi pemasaran. Selain itu, perbedaan lainnya yaitu lokasi dimana peneliti melakukan penelitian di PKL yang berada di jalan Sulawesi sedangkan Nurul Aulia Dewi di Jembatan Tabayang Kota Tanjung Balai.

Penelitian Eko Susanto mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro dengan judul “*Pemberdayaan Pedagang Kaki Lima Di Kota Metro Studi Kasus di Pasar*

¹⁰Nurul Aulia Dewi, “*Analisi Strategi Pemasaran Pedagang Kaki Lima di Jembatan Tabayang Kota Tanjung Balai*”, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2019.

Cendrawasih Kota Metro” penelitian ini berfokus pada pedagang kaki lima.¹¹ Persamaan dengan yang dilakukan peneliti yaitu sama-sama berfokus membahas pedagang kaki lima. Perbedaan dengan peneliti yaitu peneliti tidak hanya membahas pedagang kaki lima tetapi juga membahas tentang strategi pedagang kaki lima dalam meningkatkan pendapatan untuk kesejahteraan keluarga.

Penelitian Mutiara Pradipta mahasiswa jurusan Pendidikan Ekonomi fakultas Ekonomi dengan judul “*Tingkat Kesejahteraan Keluarga Petani Padi di Desa Sumberagung Kecamatan Moyudan Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta*” penelitian ini berfokus pada tingkat kesejahteraan keluarga.¹² Persamaan dengan yang dilakukan peneliti yaitu sama-sama membahas kesejahteraan keluarga. Perbedaan dengan peneliti yaitu peneliti tidak hanya membahas kesejahteraan keluarga tetapi membahas juga strategi dalam meningkatkan pendapatan.

¹¹Eko Susanto, “*Pemberdayaan Pedagang Kaki Lima Di Kota Metro Studi Kasus di Pasar Cendrawasih Kota Metro*”, Institut Agama Islam Negeri Metro, 2019.

¹²Mutiara Pradipta, “*Tingkat Kesejahteraan Keluarga Petani Padi di Desa Sumberagung Kecamatan Moyudan Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta*”, Universitas Negeri Yogyakarta, 2017.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Bisnis

1. Pengertian Strategi Bisnis

Kata *drategi* / strategi yang berasal dari bahasa Yunani yaitu *strategos* (*stratos* = tentara atau militer, dan *ag* = memimpin) memiliki arti seni berperang, atau dengan definisi yang lebih lengkap untuk orang Yunani (dihubungkan dengan strategi militer), strategi adalah ilmu perencanaan dan pengerahan sumber daya untuk operasi besar-besaran, melansir kekuatan pada posisi siap yang paling menguntungkan sebelum melakukan penyerangan terhadap lawan.¹

Bisnis adalah suatu kegiatan usaha baik itu secara individu atau organisasi yang memiliki tujuan menghasilkan barang atau jasa guna mendapat keuntungan dalam mempengaruhi kebutuhan masyarakat. Bisnis meliputi bidang pertanian, produksi, konstruksi, distribusi, transportasi, komunikasi, perhotelan, usaha jasa dan pemerintah dalam hal ini memiliki tujuan yaitu dengan tujuan menghasilkan atau memasarkan barang atau jasa yang dibutuhkan masyarakat, oleh karena itu sebenarnya kegiatan bisnis meliputi 2 hal utama, yaitu: proses produksi dan pemasaran barang dan jasa.²

¹Jemsly Hutabarat, Martani Huseini, *Pengantar Manajemen Strategik Kontemporer Startegik Ditengah Operasional*, (Jakarta : PT Elex Media Komputindo, 2006), 18.

²Veithzal Rivai Zainal, DKK, *Manajemen Strategis*, (Sidoarjo : Indomedia Pustaka, 2020), 41.

Dari beberapa pengertian diatas dapat dipahami bahwa strategi adalah suatu rencana perusahaan yang dapat dilihat dari visi dan misi perusahaan sebagai petunjuk yang dirancang sebagai tujuan utama dari suatu perusahaan melalui pelaksanaan yang tepat sebagai suatu proses penentuan rencana pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Beberapa hal yang harus diperhatikan perusahaan saat memilih strategi bisnis adalah siapa yang akan dilayani, apa kebutuhan target pelanggan tersebut agar bisa memuaskan, dan bagaimana kebutuhan itu akan terpenuhi. Maka dari itu perusahaan dapat menentukan strategi bisnis mana yang dapat diintegrasikan kedalam aktivitas bisnisnya.

2. Perencanaan Strategi Bisnis

Perencanaan yang matang dan strategi yang baik merupakan langkah awal agar terciptanya bisnis yang baik dan mampu bersaing ditengah gencarnya persaingan bisnis saat ini. Berbagai macam cara atau strategi bisnis dapat dilakukan oleh pedagang, bisa dengan strategi produk dan pelayanan, strategi harga, dan strategi promosi sebagai berikut:

a. Strategi Produk dan Layanan

Dalam ekonomi konvensional, produk merupakan barang yang dapat dipertukarkan. Produk meliputi kualitas, keistimewaan, desain, gaya, keanekaragaman, bentuk, merk, kemasan, ukuran, pelayanan, jaminan dan pengembalian Dalam Islam produk adalah barang yang dapat dipertukarkan dan berdayaguna secara moral. Kualitas produk

diartikan sebagai kemampuan dari suatu produk dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Untuk itu penting untuk pedagang melakukan perbaikan kualitas produk secara berkala dengan menyesuaikan kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen. Ada beberapa dimensi dalam menentukan kualitas produk, yaitu:

- 1) Performa/kinerja produk atau seberapa baik produk dapat diukur.
- 2) Fitur atau atribut tambahan yang melengkapi dan meningkatkan fungsi produk.
- 3) Keandalan atau kemampuan produk untuk dapat bertahan dari kemungkinan perubahan lingkungan bisnis pada periode tertentu.
- 4) Kesesuaian atau seberapa baik produk tersebut sesuai dengan standar yg ada pada industrinya.
- 5) Daya tahan atau ketahanan produk dari segi teknis dan nilai ekonomis.
- 6) Estetika produk yaitu bagaimana produk dilihat, didengar atau dirasakan.

Bentuk peningkatan kualitas produk yang bisa dilakukan adalah melakukan kontrol mutu produk lebih detail dan menjamin kebersihan dan keamanan produk.

Selain meningkatkan kualitas produk, pedagang juga dapat meningkatkan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan

tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan atau seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.³

Kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap pembelian konsumen dan peningkatan kepuasan pelanggan sehingga nantinya dapat terbentuk loyalitas pelanggan.

b. Strategi Harga

Harga merupakan alat untuk mengkomunikasikan nilai produk kepada pasar. Penetapan harga memiliki dampak langsung dan jelas terlihat pada penerimaan pasar sehingga menjadi sangat penting terhadap keseluruhan bauran pemasaran. Selain itu harga merupakan alat yang sangat fleksibel, dimana suatu saat harga akan stabil dan suatu waktu harga akan meningkat atau menurun dan juga merupakan satu-satunya elemen yang menghasilkan pendapatan dari penjualan.⁴

Metode dalam menentukan harga jual sebagai berikut :⁵

1) *Mark-up pricing*

Metode penetapan harga jual berdasarkan biaya plus. Metode-metode penetapan harga jual yang dasar ialah menambah tingkat keuntungan standart pada biaya-biaya yang telah dibedakan pada barang

2) *Target return pricing*

³Wan Laura Hardilawati, "Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19", *Jurnal Akuntansi & Ekonomika*, Vol. 10 No. 1/2020: 19

⁴Rhenald Kasali, dkk. Modul Kewirausahaan (Tkt:Tpb, 2010), 154.

⁵ Muhamad Dedy ETS, DKK, "Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Sebagai Penetapan Harga Jual", *Jurnal @Trisula LP2M Undar*, Vol. 1/2017:480

Penetapan harga jual berdasarkan sasaran pengambilan. Perusahaan menentukan harga yang akan menghasilkan tingkat pengembalian atas investasi yang diinginkan.

3) *Perceived-value pricing*

Penetapan harga jual menurut persepsi nilai. Dalam metode ini produsen menetapkan harga jual berdasarkan persepsi nilai yang dimiliki oleh pembeli. Dengan kata lain biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi barang bukan landasan yang mendasar dalam penentuan harga jual.

4) *Going rate pricing*

Penetapan harga jual dengan mengikuti harga yang ada. Perusahaan mendasarkan harganya pada harga yang telah berlaku umum dipasaran. Harga yang berlaku umum tersebut dapat saja terjadi karena peraturan pemerintah, harga produk yang menjadi market leader, harga yang telah disepakati oleh industri tertentu sebagai jaminan atas produk, harga dari perusahaan pesaing dan sebagainya.

5) *Sealed-bid pricing*

Perusahaan mendasarkan harga jualnya berdasarkan atas persaingan antarperusahaan terutama dalam upayanya memenangkan sebuah tender. Dengan kata lain penentuan harga jual berpatokan pada perkiraan harga yang ditetapkan

pesaingnya dan bukan berdasarkan biaya yang telah dikeluarkan.

c. Strategi Promosi

Kegiatan promosi biasanya merupakan komponen prioritas dalam manajemen pemasaran. Dengan adanya promosi maka konsumen akan mengetahui perusahaan meluncurkan produk baru yang akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian. Kegiatan promosi merupakan kegiatan yang digunakan perusahaan untuk menyebarkan informasi untuk disebar dan ditujukan kepada konsumen. Promosi diartikan sebagai koordinasi dari keseluruhan upaya yang dimulai pihak penjual (produsen) untuk membangun berbagai saluran informasi dan persuasi untuk menjual barang dan jasa atau memperkenalkan suatu gagasan. Disisi lain, promosi juga merupakan arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.⁶

Promosi (*Promotion*) adalah suatu unsur yang digunakan untuk memberitahukan dan membujuk pasar tentang produk atau jasa yang baru pada perusahaan melalui iklan, penjualan pribadi, promosi

⁶Putri Lestari, Muchammad Saifuddin, "Implementasi Strategi Promosi Produk dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi Covid'19", *Jurnal Manajemen dan Inovasi (MANOVA)*, Volume 3, Nomor 2/2020: 26-27

penjualan, maupun publikasi. Bauran promosi (*promotional mix*) terdiri dari 8 model yaitu :⁷

- 1) Iklan/ *Advertising* merupakan semua bentuk terbayar dari persentasi nonpersonal dan promosi ide, barang atau jasa melalui sponsor yang jelas melalui media cetak (koran dan majalah), media penyiaran (radio dan televisi), media jaringan (telepon, kabel, satellite, wireless), dan media elektronik (rekaman suara, rekaman video, CD-ROM, halaman website), dan media pameran (billboard, papan petunjuk, dan poster).
- 2) Promosi Penjualan/*Sales Promotion*, merupakan berbagai insentif jangka pendek untuk mendorong percobaan atau pembelian produk atau jasa termasuk promosi konsumen (seperti sampel, kupon, dan premi), promosi perdagangan (iklan dan tunjangan), dan bisnis dan promosi tenaga penjualan (kontes untuk reputasi penjualan).
- 3) Acara dan Pengalaman/ *Even and Experiences* merupakan kegiatan dan program yang disponsori perusahaan yang dirancang untuk menciptakan interaksi harian atau merek khusus-terkait interaksi dengan konsumen, termasuk seni olahraga, hiburan, dan menyebabkan acara atau kegiatan menjadi kurang formal.
- 4) Hubungan Masyarakat dan Publisitas/ *Public Relations and Publicity* merupakan berbagai program yang diarahkan secara internal kepada karyawan dari perusahaan atau konsumen luar,

⁷ Marceline Livia Hedynata, Wirawan E.D.Radianto, "Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Luscious Chocolate Potato Snack", *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Volume 1, Nomor 1/2016, 88-96

perusahaan lain, pemerintah, dan media untuk mempromosikan , membangun hubungan antar perusahaan dengan publik , melindungi dan membangun citra perusahaan atau produk komunikasi individu yang positif.

- 5) Penjualan Personal/ *Personal Selling*, merupakan interaksi tatap muka yang dilakukan oleh tenaga penjualan perusahaan dengan satu atau lebih pembeli prospektif untuk tujuan melakukan pertemuan penjualan, presentasi pribadi, menjawab pertanyaan, pengadaan pesanan, membuat penjualan, dan hubungan pelanggan.
- 6) Pemasaran Langsung/ *Direct Marketing* merupakan penggunaan surat, telepon, facsimile, e-mail, atau internet untuk berkomunikasi atau berhubungan secara langsung dengan meminta respon atau tanggapan dan melakukan dialog dari pelanggan dan prospek tertentu.
- 7) Pemasaran Interaktif/ *Interactive Online Marketing* adalah kegiatan dan program online yang dirancang untuk melibatkan pelanggan atau prospek dan secara langsung atau tidak langsung meningkatkan kesadaranmemperbaiki citra, atau menciptakan penjualan produk dan jasa.
- 8) Pemasaran dari mulut ke mulut/ *Word of Mouth Marketing*, merupakan komunikasi lisan, tertulis, dan elektronik antar masyarakat yang berhubungan dengan keunggulan atau pengalaman membeli atau menggunakan produk atau jasa.

B. Pedagang Kaki Lima

1. Pengertian Pedagang Kaki Lima

Pedagang kaki lima adalah sekelompok orang yang menawarkan barang dan jasa untuk di jual di atas trotoar atau tepi/ di pinggir jalan, disekitar pusat perbelanjaan/pertokoan, pusat rekreasi atau hiburan, pusat perkantoran dan pusat pendidikan, baik secara menetap ataupun tidak menetap, berstatus tidak resmi atau setengah resmi dan dilakukan baik pagi, siang, sore maupun malam hari. Keberadaan pedagang kaki lima sering dikaitkan dengan determinan-determinan sosial seperti pendapatan rendah, pekerjaan tidak tetap, pendidikan tidak memadai, kemampuan berorganisasi yang rendah dan unsur-unsur ketidakpastian, ternyata pedagang kaki lima tidak luput dari hukum persaingan bisnis, solidaritas sosial, jaringan sosial sesama mereka.⁸

Peraturan Daerah No 3 Tahun 2014 Tentang Penataan dan Pemberdayaan Pedagang Kaki Lima yang selanjutnya disebut 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.⁹

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

⁸Buhkari, "Pedagang Kaki Lima (PKL) dan Jaringan Sosial: Suatu Analisis Sosiologi", *Jurnal Sosiologi USK*, Vol. 11. No. 1/ 2017, 77.

⁹Dorris Yadewan DKK, *Memilih Menjadi Pedagang Kaki Lima*, (Padang, Pustaka Galeri Mandiri : 2020), 11-12

dalam 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.

2. Karakteristik Pedagang Kaki Lima

Studi kepustakaan menunjukkan bahwa belum banyak pakar yang membahas secara detil mengenai karakteristik PKL. Karakteristik PKL menurut pandangan ahli disampaikan secara sederhana dan kurang terperinci. Adapun ciri-ciri pedagang kaki lima adalah sebagai berikut :¹⁰

- a. Kegiatan usaha tidak terorganisir secara baik.

Kegiatan usaha dikelola satu orang atau usaha keluarga dengan pola manajemen yang relatif tradisional. Selain itu, jenis komoditi yang diperdagangkan cenderung komoditi yang tidak tahan lama, seperti makanan dan minuman.

- b. Tidak memiliki izin usaha.

Pedagang kaki lima dalam menjalankan aktivitasnya memang tidak memerlukan sebuah izin usaha sehingga tidak ada bukti yang menunjukkan bahwa sektor ini ikut memainkan peranan penting untuk jalan masuk ke pasar tenaga kerja di kota bagi pendatang.

- c. Tidak teratur dalam usaha, baik ditinjau dari tempat usaha maupun jam kerja.

¹⁰*Ibid*, 12-13

Para pedagang kaki lima dalam menjalankan aktivitasnya tidak begitu memperhatikan jam kerja dan menjalankan usaha secara teratur karena bagi mereka kegiatan ini mampu untuk menyambung hidup dalam mencukupi kebutuhan sehari-hari.

- d. Bergerombol di trotoar atau di tepi-tepi jalan protokol, di pusat-pusat dimana banyak orang ramai.
- e. Menjajakan barang dagangannya sambil berteriak, kadang-kadang berlari mendekati konsumen.

C. Pendapatan

1. Pengertian Pendapatan

Pendapatan adalah penambahan kekayaan yang terjadi sebagai akibat dari kegiatan usaha seperti penjualan, persewaan, penerimaan bagi hasil, dan sebagainya.¹¹ Pendapatan merupakan sumber penghasilan seseorang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan sangat penting artinya bagi kelangsungan hidup dan penghidupan seseorang secara langsung maupun tidak langsung. Pendapatan terdiri atas upah, gaji, sewa, deviden, keuntungan dan merupakan suatu arus yang diukur dalam jangka waktu tertentu misalnya: seminggu, sebulan, setahun atau jangka waktu yang lama. Arus pendapatan tersebut muncul sebagai akibat dari adanya jasa produktif (*Productive service*) yang mengalir kearah berlawanan dengan aliran pendapatan yaitu jasa produktif yang mengalir dari

¹¹ Margo Saptowinarko Prasetyo dan Endang Wulandari, *Pengantar Akuntansi*, (Yogyakarta:Penebar Media Pustaka, 2020), 6

masyarakat ke pihak bisnis yang berarti bahwa pendapatan harus didapatkan dari aktivitas produktif.¹²

Jadi, dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah seluruh penerimaan seseorang sebagai imbalan atas tenaga atau pikiran yang telah dicurahkan untuk orang lain atau badan organisasi baik dalam bentuk uang maupun fasilitas dalam jangka waktu tertentu.

2. Macam-Macam Pendapatan

Secara garis besar pendapatan dibagi menjadi tiga golongan, diantaranya:¹³

a. Gaji dan Upah

Imbalan yang diperoleh setelah orang tersebut melakukan pekerjaan untuk orang lain yang diberikan dalam waktu satu hari, satu minggu maupun satu bulan.

b. Pendapatan dari Usaha Sendiri

Merupakan nilai total dari hasil produksi yang dikurang dengan biayabiaya yang dibayar dan usaha ini merupakan usaha milik sendiri atau keluarga dan tenaga kerja berasal dari anggota keluarga sendiri, nilai sewa kapital milik sendiri dan semua biaya ini biasanya tidak diperhitungkan.

¹²Rio Christoper, Rosmiyati Chodijah, dan Yunisvita Yunisvita, "Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pekerja wanita sebagai Ibu rumah tangga", *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Vol. 15 No. 1/ 2019: 38.

¹³Mega Putri Watung, "Analisis Perbandingan Pendapatan Ojek Konvensional dan Ojek Online Di Kota Manado", *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Volume 20, No 3/2020:129.

c. Pendapatan dari Usaha Lain

Pendapatan yang diperoleh tanpa mencurahkan tenaga kerja, dan ini biasanya merupakan pendapatan sampingan antara lain:

- 1) Pendapatan dari hasil menyewakan aset yang dimiliki seperti rumah, ternak dan barang lain.
- 2) Bunga dari uang
- 3) Sumbangan dari pihak lain
- 4) Pendapatan dari pensiun dan lain-lain.

3. Peningkatan Pendapatan

Pendapatan sebagai suatu penambahan asset perusahaan yang berdampak pada peningkatan kekayaan pemilik perusahaan, yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja perusahaan serta kesejahteraan karyawan. Peningkatan pendapatan berpengaruh besar bagi kelangsungan perusahaan, sebab pendapatan digunakan dalam kegiatan perusahaan. dalam menentukan pendapatan pedagang atau pengusaha dibutuhkan beberapa faktor, diantaranya minat pengusaha, modal, waktu yang pasti, keuntungan, pengalaman berdagang, tenaga kerja, lingkungan sekitar, dan pendidikan.¹⁴

Kata peningkatan biasanya digunakan untuk arti yang positif dan dapat menggambarkan perubahan dari keadaan atau sifat yang negatif berubah menjadi positif. Sedangkan hasil dari sebuah peningkatan dapat berupa kuantitas dan kualitas. Kuantitas adalah jumlah hasil dari sebuah

¹⁴Dewa Made Aris Artaman DKK, "Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang Pasar Seni Sukawati Gianyar",

proses atau dengan tujuan peningkatan. Sedangkan kualitas menggambarkan nilai dari suatu objek karena terjadinya proses yang memiliki tujuan berupa peningkatan. Hasil dari suatu peningkatan juga ditandai dengan tercapainya tujuan pada suatu titik tertentu. Dimana saat suatu usaha atau proses telah sampai pada titik tersebut maka akan timbul perasaan puas dan bangga atas pencapaian yang telah diharapkan. Pendapatan dapat diartikan sebagai total penerimaan yang diperoleh pada periode tertentu.¹⁵

Berdasarkan penjelasan diatas, peningkatan pendapatan ialah suatu keadaan yang ditandai dengan bertambahnya penghasilan yang diterima seseorang dalam hitungan jam, hari, minggu ataupun bulan atas apa yg sudah dikerjakan melalui suatu kegiatan usaha perekonomian dalam bidang produksi, distribusi, konsumsi barang maupun jasa yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup.

D. Kesejahteraan Keluarga

1. Pengertian Kesejahteraan Keluarga

Kesejahteraan, berasal dari kata sejahtera; Mengacu pada KBBI Dep Dik Nas, Sejahtera merupakan suatu keadaan yang meliputi rasa aman dan tenteram lahir dan batin. Keadaan sejahtera relative, berbeda pada setiap individu maupun keluarga, dan ditentukan oleh falsafah hidup masing-masing. Kondisi sejahtera bersifat tidak tetap, dapat berubah setiap saat baik dalam waktu cepat atau lambat. Untuk mencapai dan

¹⁵Reksoprayitno, *Sistem Ekonomi dan Demokrasi Ekonomi*, (Jakarta: Bina Grafika, 2004), 74.

mempertahankan kesejahteraan, manusia harus berusaha secara terus-menerus dalam batas waktu yang tidak dapat ditentukan, sesuai dengan tuntutan hidup yang selalu berkembang tanpa ada batasan waktunya.¹⁶

Keluarga berasal dari kata “kawula” yang berarti saya, abdi atau hamba, yang bertugas dan berkewajiban mengabdikan diri. Warga, berarti anggota yang mempunyai hak dan kewajiban serta tanggung jawab atas segala hal yang berhubungan dengan kepentingan kelompoknya/keluarganya. Setiap anggota dalam keluarga mempunyai kewajiban saling menolong dan saling melengkapi dalam upaya mencapai tujuan keluarga. Setiap anggota dalam keluarga mempunyai hak untuk mengeluarkan ide atau pendapatnya dan mempunyai kewajiban saling mendengarkan dan mempertimbangkan masing-masing pendapat anggota dalam keluarganya. Semua hubungan yang terjalin dalam keluarga diharapkan dilandasi rasa ikhlas dan kasih sayang.¹⁷

Konsep keluarga sejahtera adalah keluarga yang dibentuk atas perkawinan yang sah, mampu memenuhi kebutuhan spritual dan materiil yang layak, bertaqwa kepada Tuhan YME, memiliki hubungan yang serasi, selaras dan seimbang antar anggota dan antar keluarga dengan masyarakat dan lingkungannya.

2. Indikator Keluarga Sejahtera

Kesejahteraan adalah tujuan ajaran Islam di bidang ekonomi. Hal tersebut adalah syarat mutlak untuk mendapatkan kesejahteraan yang tertuang dalam AlQur'an. Indikator dari kesejahteraan keluarga adalah

¹⁶Asih Kurniasih, *Ilmu Kesejahteraan Keluarga*, (Semarang:Unnespress, 2019), 2

¹⁷*Ibid*, 3

dengan terpenuhinya kebutuhan keluarga, di mana kebutuhan itu dikategorikan menjadi:¹⁸

- a. Keluarga yang dibentuk berdasarkan atas perkawinan yang sah.
- b. Mampu memenuhi kebutuhan hidup spiritual dan materiil yang layak.
- c. Bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa.
- d. Memiliki hubungan yang serasi, selaras, dan seimbang antar anggota dan antara keluarga dengan masyarakat dan lingkungan.

Menurut kriteria yang ditetapkan oleh BKKBN (Badan Koordinasi Keluarga Berencana Nasional) terdapat 5 tahap, yaitu:

- a. Keluarga Prasejahtera, yaitu keluarga tidak mampu memenuhi berbagai kebutuhan dasar minimal, seperti sandang, pangan, papan, kesehatan, dan pendidikan.
- b. Keluarga Sejahtera I, yaitu keluarga yang diberikan kemampuan untuk bisa memenuhi kebutuhan dasar secara Pengaruh Modal Usaha minimal, tetapi belum diberikan kemampuan memenuhi kebutuhan sosial psikologisnya, seperti kebutuhan ibadah, rumah yang nyaman, pakaian yang layak, atau memiliki penghasilan yang lebih baik.
- c. Keluarga Sejahtera II, yaitu keluarga yang telah mampu memenuhi kebutuhan dasar dan sosial psikologisnya, tetapi belum bisa memenuhi kebutuhan pengembangannya, seperti menabung, ikut melaksanakan kegiatan di masyarakat, dan peningkatan keagamaan.

¹⁸Rafidah, *Pengaruh Modal Usaha, Lama Usaha dan Sikap Kewirausahaan Islami Terhadap Pendapatan dan Kesejahteraan Keluarga Wanita Pengrajin Batik Danau Teluk Kota Jambi*, (Malang: Ahlimedia Press, 2020), 14

- d. Keluarga Sejahtera III, yaitu keluarga yang telah mampu memenuhi kebutuhan dasar, sosial psikologi, dan kebutuhan pengembangannya, tetapi belum bisa secara rutin memberikan bantuan untuk kegiatan kemasyarakatan serta aktif dalam kegiatan keagamaan, kesenian, olahraga, pendidikan, dan sebagainya.
- e. Keluarga Sejahtera III Plus, yaitu keluarga yang diberikan kemampuan membeli kebutuhan dasar, sosial psikologis, maupun kebutuhan pengembangan, serta berkemampuan untuk memberikan sumbangan kepada yang membutuhkan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan yang dilakukan dengan menggali data yang bersumber dari lokasi atau lapangan tempat penelitiannya. Penelitian ini termasuk kedalam penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami atau yang terjadi pada subjek penelitian.¹

Pada penelitian ini, peneliti melakukan penelitian dengan menggali data yang bersumber dari lapangan atau langsung yaitu di Pedagang Kaki Lima di Jalan Sulawesi, Ganjar Asri, Metro Barat.

2. Sifat Penelitian

Penelitian yang digunakan bersifat kualitatif, penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau langsung dari yang diamati. Penelitian deskriptif yaitu penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data.² Yang dimaksud dalam pengertian diatas adalah untuk menyajikan data, menganalisis data, dan menginteprestasikan hasil penelitian tersebut.

¹A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian* (Jakarta: KENCANA, 2017), 338.

² Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2017), 43.

Untuk penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif karena penelitian ini mengungkap fakta-fakta yang ada dari data-data yang dikumpulkan, serta menguraikan dan menggambarkan peristiwa-peristiwa yang terjadi. Dalam hal ini peneliti hanya ingin mengetahui hal-hal yang berhubungan dengan keadaan sesuatu yang diteliti. Maka dalam penelitian ini lebih menekankan pada pandangan mengenai gambaran peristiwa yang dibentuk oleh kata-kata secara ilmiah.

Maka penelitian akan mengungkap berupa keterangan-keterangan yang bersifat tidak ada uji signifikan, tidak ada taraf kesalahan, karena penelitian ini tidak bermaksud membuat generalisasi, sehingga tidak ada kesalahan generalisasi. Dalam penelitian ini peneliti berusaha memaparkan, mendeskripsikan, menguraikan hasil penelitian tentang Strategi Pedagang Kaki Lima Dalam Meningkatkan Pendapatan Untuk Kesejahteraan Keluarga.

B. Sumber Data

Sumber data adalah salah satu yang paling vital dalam penelitian, kesalahan dalam menggunakan atau memahami sumber data, maka data yang diperoleh juga akan meleset dari yang diharapkan. Oleh karena itu, peneliti harus mampu memahami sumber data, baik berupa data mana yang mesti digunakan dalam penelitiannya itu.³

³Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi : Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif Untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen, dan Pemasaran*, (Jakarta : Kencana 2013), 129.

Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan data dan informasi dari membaca dan mengutip dari berbagai sumber. Teknik penyusunannya melalui dua sumber yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder yaitu:

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber pertama dimana sebuah data dihasilkan.⁴Sumber data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada peneliti untuk tujuan penelitian. Maka dalam mencari sumber data yang utama harus diperhatikan dengan baik karena akan di jadikan sebagai obyek penelitian.

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *nonprobability sampling* yaitu *snowball sampling*. Peneliti memilih *snowball sampling* karena dalam penentuan sampel, peneliti pertama-tama hanya menentukan satu atau dua orang saja tetapi karena data yang didapat dirasa belum lengkap maka peneliti mencari orang lain yang untuk melengkapi data tersebut.

Data yang dihasilkan dari sumber data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data, baik secara individual maupun perseorangan, seperti hasil wawancara yang dilakukan peneliti. Sumber data primer diperoleh dari wawancara langsung unuk mengetahui strategi yang digunakan para pedagang di Paguyuban Pedagang Dan Pekerja Informal Bina Usaha di Jalan Sulawesi Ganjar Asri Metro Barat yaitu ketua P3IBU, sekertaris P3IBU, pedagang, dan pembeli.

⁴Burhan Bungin, 129.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber kedua sesudah sumber data primer.⁵ Sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui buku yang berkaitan tentang judul Strategi Pedagang Kaki Lima Dalam Meningkatkan Pendapatan Untuk Kesejahteraan Keluarga, seperti buku yang berjudul *Ilmu Kesejahteraan Keluarga* dan buku yang berjudul *Modul Kewirausahaan*.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dan wajib dalam penelitian, sebab jika penulis tidak mengetahui teknik mendapatkan data maka tidak dapat mengetahui data yang valid, benar, dan standar yang sudah ditetapkan. Karena tujuan dari pengumpulan data adalah mendapatkan sumber-sumber data.⁶

Teknik pengumpulan data agar mendapatkan informasi secara kualitatif maka yang dilakukan oleh penulis adalah melalui wawancara dan dokumentasi. Terdapat beberapa instrumen dalam pengumpulan data sebagai berikut:

1. Teknik Wawancara (*Interview*)

Wawancara merupakan salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Secara sederhana dapat dikatakan

⁵S. Nasution, *Metode Research*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), 144-145.

⁶ Moehar Daniel, *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2002), 133.

bahwa wawancara (*interview*) adalah suatu kejadian atau suatu proses interaksi antara pewawancara (*interviewer*) dan sumber informasi atau orang yang diwawancarai (*interviewee*) melalui komunikasi langsung. Dapat pula dikatakan bahwa wawancara merupakan percakapan tatap muka (*face to face*) antara pewawancara dengan sumber informasi, di mana pewawancara bertanya langsung tentang sesuatu objek yang diteliti dan telah dirancang sebelumnya.⁷

Wawancara dalam penelitian dilakukan secara mendalam ditujukan kepada ketua, pedagang dan pembeli.

2. Teknik Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengumpulan data berupa data-data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan masalah penelitian.⁸

Jadi dalam penelitian menggunakan metode dokumentasi ini pengumpulan data dilakukan dengan menggali informasi yang dapat ditemukan baik dalam catatan, tulisan ataupun foto terkait dengan penelitian. Metode ini digunakan sebagai bahan informasi yang berupa profil dari tempat penelitian yaitu di Paguyuban Pedagang Dan Pekerja Informal Bina Usaha di Jalan Sulawesi Ganjar Asri Metro Barat.

D. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan metode untuk menganalisis data-data yang sudah ada, teknik ini teknik yang terakhir setelah kita mendapatkan data-

⁷*Ibid*, 372.

⁸Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 152.

data penelitian. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data yang bersifat deskriptif kualitatif dan metode berfikirnya menggunakan secara induktif. Berfikir induktif merupakan suatu cara berfikir yang berangkat dari fakta-fakta yang khusus dan konkrit, peristiwa asli, kemudian dari fakta atau peristiwa yang khusus tersebut ditarik secara generalisasi yang mempunyai sifat umum.⁹

Analisis data merupakan salah satu prosedur yang harus ada dalam penelitian. Proses ini sangat berkaitan erat dengan proses-proses sebelumnya. Data yang diperoleh merupakan data kualitatif oleh karena itu teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis kualitatif dengan menggunakan metode berpikir induktif. Dimana pengambilan kesimpulan dimulai dari pernyataan atau fakta-fakta khusus menunjukkan kesimpulan yang bersifat umum.

Tujuannya untuk menyederhanakan data yang telah dikumpulkan dengan menyajikan dalam susunan yang baik sehingga lebih dapat mudah dipahami, sehingga pembaca lebih mudah memahami maksud dan tujuan dari penelitian tersebut dalam penelitian ini peneliti menggunakan pola pikir induktif, yaitu berpijak pada fakta-fakta yang bersifat khusus kemudian dianalisis dan akhirnya pencerahan persoalan yang bersifat umum.

⁹*Ibid.*, 224.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Pedagang Kaki Lima di Jalan Sulawesi

Lapangan pekerjaan kurang tersedia di sektor formal ditambah banyaknya para pencari kerja setiap tahunnya menyebabkan para pencari kerja yang tidak memiliki berbagai persyaratan, mulai dari tingkat pendidikan yang tinggi, kriteria usia, proporsional tubuh, pengalaman kerja dan lain sebagainya untuk bekerja di sektor formal, membuat mereka harus bekerja di sektor informal seperti menjadi pedagang yang tidak memerlukan berbagai persyaratan khusus, tetapi hanya memerlukan niat, keinginan, dan kerja keras.

Pedagang kaki lima yang ada di Jalan Sulawesi ini memiliki wadah yaitu Paguyuban Pedagang dan Pekerja Informal Bina Usaha atau yang disingkat P3IBU. Paguyuban Pedagang dan Pekerja Informal Bina Usaha adalah organisasi sosial yang independen berbentuk dan bergerak dibidang sosial ekonomi UKM Kreatif dan produktif yang didirikan pada tanggal 15 September 2019. Berikut penuturan Pak Edi selaku ketua dari P3IBU:

“Sejarah bermula ketika pedagang kaki lima yang ada sekitar rumah sakit Mardi Waluyo digusur oleh pihak rumah sakit Mardi Waluyo padahal para pedagang tidak berjualan disekitar rumah sakit Mardi Waluyo, walaupun berwenang itu adalah tugas dari PemDa. Ketika para pedagang digusur mereka membuat pergerakan yaitu membentuk satu paguyuban yang dinamakan Paguyuban Pedagang dan Pekerja Informal Bina Usaha atau yang

disingkat P3IBU. Kemudian penggerak paguyuban melapor kepada lurah, camat, wakil walikota, Kesbag, beserta PolPP dan mendapat rekomendasi yang pada akhirnya dilaksanakan rapat di TPA Miftahul Huda yang dihadiri oleh pihak Mardi Waluyo, lurah, camat, danramil, kapolsek, pol PP, beserta wakil walikota, dan ratusan orang lainnya yang menghadiri rapat tersebut. Dalam rapat tersebut Pak Edi ditunjuk dan diberi kepercayaan oleh rekan-rekan dan keluarga untuk menjadi ketua Paguyuban, selain penunjukan ketua rapat tersebut di mediasi langsung oleh Bapak Djohan yang pada saat itu masih menjadi wakil walikota Metro. Beliau cukup berperan besar karena selang beberapa minggu kemudian pidak rumah sakit mendatangi pengurus paguyuban dan menawarkan bahwasannya untuk kerapihan dan lain-lain pihak rumah sakit bersedia untuk membuat tempat, pada akhirnya pihak rumah sakit membangunkan warung untuk para pedagang yang sebelumnya mereka gusur”.¹

Sejak diberikan fasilitas tempat oleh pihak rumah sakit, para pedagang kini tidak khawatir adanya penggusuran dan juga tidak ada sistem sewa tempat karena hibah yaitu pemberian atau hak pakai dimana tidak bisa diperjualbelikan. Namun semenjak pandemi rumah sakit Mardi Waluyo menetapkan kebijakan sesuai intruksi menteri kesehatan bahwa tidak ada jam besuk untuk menghindari penularan virus Corona banyak pedagang yang beralih profesi. Berdasarkan hasil wawancara dengan Pak Sutadi selaku sekretaris P3IBU, memberikan informasi sebagai berikut:

¹Bapak Edi, Ketua Pedagang dan Pekerja Informal Bina Usaha, *Wawancara*, 17 Maret 2022, 10:00 WIB.

“Semenjak diberlakukan kebijakan meniadakan jam besuk dari situlah kami mati suri sampai sekarang, pedagang kami banyak yang beralih profesi menjadi pekerja bangunan dan lain-lain. Untuk saat ini jumlah pedagang yang masih bertahan ada sekitar 19 orang”.²

B. Strategi Pedagang Kaki Lima Dalam Meningkatkan Pendapatan

Suatu usaha perlu adanya strategi yang digunakan dalam menjalankan usaha tersebut agar usaha yang dijalankan menjadi lebih maju dan penjualan semakin meningkat begitu juga dengan pendapatan semakin bertambah sehingga dapat menjaga keberlangsungan usaha bagi pelaku usaha tersebut. Jika keberlangsungan usaha terus menerus terjaga maka para pelaku usaha seperti para pedagang kaki lima akan menjadi sejahtera. Sejahtera yang dimaksudkan adalah bagaimana agar mereka para pedagang tetap dapat bekerja dengan aman, nyaman, dan tenteram, sehingga mereka dapat mencukupi kebutuhan keluarganya.

Kesejahteraan keluarga adalah suatu kondisi dinamis keluarga dimana terpenuhi semua kebutuhan fisik materil, mental spiritual, dan sosial yang memungkinkan keluarga dapat hidup wajar sesuai dengan lingkungannya serta memungkinkan anak-anak tumbuh kembang dan memperoleh perlindungan yang diperlukan untuk membentuk sikap mental dan kepribadian yang matang sebagai sumber daya manusia yang berkualitas.

²Bapak Sutadi, Sekretaris Pedagang dan Pekerja Informal Bina Usaha, *Wawancara*, 17 April 2022, 11:03 WIB.

Keluarga sejahtera menurut para pedagang yaitu keluarga yang bisa mencukupi kebutuhan papan, sandang, dan pangan sehari-hari, serta yang bisa menyekolahkan anak-anaknya. Berikut salah satu ungkapan dari Bapak Sarman:

“Kalau saya ya seperti ini keadaannya mbak sudah sekitar 18 tahun saya berdagang. Anggap saja sejahtera mbak. Alhamdulillah masih bisa bekerja, mendapat penghasilan untuk kebutuhan. Anak-anak bisa sekolah sampai sudah punya keluarga masing-masing.”³

Menurut Ibu Yani :

“Anggap saja sudah sejahtera mbak. Bisa makan setiap hari, punya rumah, sandang juga terpenuhi. Anak juga bisa sekolah. Pendapatan sangat berpengaruh mbak, kalau punya uang kan bisa mencukupi kebutuhan hidup.”⁴

Pedagang kaki lima sebenarnya memiliki potensi untuk menunjang pertumbuhan ekonomi disuatu daerah. Dengan adanya pedagang kaki lima maka terciptalah lapangan pekerjaan, juga memberikan sumbangan bagi pendapatan daerah jika dikelola dengan benar oleh pemerintah setempat. Sehingga dapat memberikan kontribusi dalam penyelesaian masalah sosial salah satunya yaitu pengangguran.

³ Bapak Sarman, Pedagang Nasi Uduk, *Wawancara*, 17 April 2022, 07:45 WIB

⁴ Ibu Yani, Pedagang Es Doger dan Jus Buah, *Wawancara*, 17 April 2022, 07:30 WIB

Tabel 1.1**Data Jumlah Pendapatan Pedagang Per Hari**

No.	Nama Pedagang	Jenis Dagangan	Jumlah Pendapatan
1.	Yani	Pedagang Es Doger dan Jus Buah	Rp. 150.000-Rp. 200.000
2.	Sarman	Pedagang Nasi Uduk	Rp. 100.000-Rp. 150.000
3.	Ria	Pedagang Mie Ayam dan Bakso	Rp. 200.000
4	Siti	Pedagang Soto	Rp. 200.000
5.	Fitriyana	Pedagang Nasi Sayur	Rp. 150.000-Rp. 200.000

Strategi bisnis sangat diperlukan bagi pedagang untuk menentukan langkah selanjutnya dalam menjalankan bisnisnya. Begitu pentingnya strategi bisnis maka setiap perencanaannya harus dipikirkan secara rinci dan matang. Perencanaan yang matang dan strategi yang baik merupakan langkah awal agar terciptanya bisnis yang baik dan mampu bersaing ditengah gencarnya persaingan bisnis saat ini. Berbagai macam cara atau strategi bisnis dapat dilakukan oleh pedagang, bisa dengan strategi produk dan pelayanan, strategi harga, dan strategi promosi. Strategi bisnis yang diterapkan oleh pedagang kaki lima di Jalan Sulawesi sebagai berikut:

1. Strategi Produk dan Pelayanan

Adapun yang dilakukan oleh pedagang kaki lima di Jalan Sulawesi, berdasarkan hasil wawancara menurut penuturan Ibu Yani salah satu pedagang yaitu :

“Saya jualan es doger dan jus buah ini harus pake bahan yang masih seger apalagi jus buah kan, kalo buahnya ga seger pasti rasa jus nya aneh, maka dari itu buah yang saya pake dipastikan harus seger dan gaada busuknya.

Walalupun dari semua pedagang disini cuma saya yang jual es doger sama jus buah tapi ya tetep mikir gimana caranya es saya ini tetep lari biar pengunjung tetep bisa minum es seger tanpa harus jauh jauh nyari kalau buat pelayanan ya sebisa mungkin ada pembeli langsung dilayanin biar ga bete atau nunggu kelamaan.”⁵

Menurut Ibu Aini pembeli yang peneliti temui di warung milik Ibu Yani mengungkapkan bahwa:

“Kebetulan saya lewat karna panas mba terus pengen cari yang seger-seger eh saya liat ada yang jual jus buah, harganya ga mahal Cuma Rp. 5.000 rasa es jeruknya udah seger terus manisnya pas banget.”⁶

Menurut Bapak Sarman mengungkapkan bahwa:

“Nasi uduk saya ini bertahan selama sekitar 18 tahun, pastinya saya jaga rasa biar ga berubah. Gimana ya mba dari dulu sudah saya tekuni jadi kepuasan pembeli itu nomer satu dan dari sini keluarga saya bisa hidup. Agar pembeli tidak bosan makan nasi uduk saja saya juga menyediakan sayur lontong juga gorengan, saya mikir pastinya gimana caranya biar nasi uduk saya ini punya ciri khas dan yang terpenting itu pelayanan sama kebersihan ya sebisa mungkin harus ramah sama pembeli apalagi tempat ya harus kelihatan bersih biar nyaman makan ditempat juga.”⁷

Menurut Ibu Ria mengungkapkan bahwa:

“Disini saya jual mie ayam dan bakso, mie ayam ini pake bumbu nya melimpah biar mie ayam saya itu beda rasanya dari yang lain, kalau saya

⁵Ibu Yani, Pedagang Es Doger dan Jus Buah, *Wawancara*, 17 April 2022, 07:30 WIB

⁶Ibu Aini, Pembeli, *Wawancara*, 17 April 2022, 07:40 WIB

⁷Bapak Sarman, Pedagang Nasi Uduk, *Wawancara*, 17 April 2022, 07:45 WIB

jual bakso ini jelas pake daging sapi asli, biar gimapun pembeli pasti bisa bedain daging sapi sama ayam kan mba, makanya biar tekstur dari bakso saya ini kenyal ya jadi bener-bener bahannya dari daging sapi asli saya gamau pembeli kecewa dan biar bisa terus menerus langganan makan bakso ditempat saya dan dipastikan higienis, kalau untuk pelayanan sendiri ya yang penting ramah ga cemberut aja mba pasti pembeli juga kan ikut nyaman.”⁸

Menurut Ibu Siti mengungkapkan bahwa :

“Saya jual soto gimana caranya soto saya punya cita rasa sendiri ya mba biar pelanggan balik lagi, ditambah harus ada gorengan dan ngelayanin pembeli sebisa mungkin ramah kalau bisa diajak ngobrol bareng, untuk tempat dipastikan harus keliatan rapih.”⁹

Menurut Ibu Fitriyana mengungkapkan bahwa :

“Gimana caranya saya bisa terus dagang mba, jadi saya jual nasi sayur ini mengedepankan rasa yang pasti biar ada ciri khas sendiri di nasi sayur saya ini, cita rasa orang kan beda-beda ya jadi saya pake bumbu nya ga pelit biar rasa nasi sayur ini bisa pas di lidah para pembeli, kalau ngelayanin yang beli itu harus sigap mba apalagi pas rame yang beli langsung ditanya aja mau pesen apa yang penting ramah sih.”¹⁰

Salah satu pembeli yang peneliti temui di warung Ibu Fitriyana, yaitu Ibu Marni mengungkapkan bahwa:

⁸Ibu Ria, Pedagang Mie Ayam dan Bakso, *Wawancara*, 17 April 2022, 08:00 WIB

⁹Ibu Siti, Pedagang Soto, *Wawancara*, 17 April 2022, 08:30 WIB

¹⁰Ibu Fitriyana, Pedagang Nasi Sayur, *Wawancara*, 17 April 2022, 08:40 WIB

“Menurut saya enak si mba nasi sayur disini, bumbunya pas, dan pelayanannya juga cepet, ini aja udah kedua kalinya saya dateng makan disini lagi mbasemenjak kemarin saudara saya di rawat di rumah sakit Mardi Waluyo saya mampirnya makan ditempat ini.”¹¹

Sebagai pelaku usaha, pedagang harus mempertahankan kualitas produk yang mereka perdagangkan. Kualitas produk yang tinggi membuat para konsumen menjadi percaya dengan barang yang mereka konsumsi, sehingga dapat menambah loyalitas pelanggan.

2. Strategi Harga

Strategi Harga merupakan unsur yang menentukan pemasukan atau pendapatan bagi pedagang. Dalam menjalankan suatu usaha, harga memiliki peran yang penting yang menjadi kesepakatan antara penjual dan pembeli.

Menurut Ibu Yani mengungkapkan bahwa :

“Kalau untuk menetapkan harga, saya jual ya sesuai pasaran aja, takut nanti pembeli merasa kecewa terus malah pergi, lagipula umumnya orang jual es doger sama jus buah apalagi di metro itu pasti mulai Rp. 5.000 jadi ya menyesuaikan aja mba.”¹²

Menurut Bapak Sarman mengungkapkan bahwa :

“Kami jual dengan porsi yang normal juga sewajarnya aja mba umumnya jual nasi uduk, kalau saya mulai dari Rp. 8.000 kalau ada tambahan pake telur ya Rp. 10.000 masih pas harga kantong mba.”¹³

¹¹ Ibu Marni, Pembeli, *Wawancara*

¹² Ibu Yani, Pedagang Es Doger dan Jus Buah, *Wawancara*, 17 April 2022, 07:30 WIB

¹³ Bapak Sarman, Pedagang Nasi Uduk, *Wawancara*, 17 April 2022, 07:45 WIB

Menurut Ibu Ria mengungkapkan bahwa:

“Sama kaya umumnya aja mba, sewajarnya harga mie ayam dan bakso disekitar sini, saya jual mulai dari Rp. 10.000 aja kalau mau tambahan ukuran porsi ya bisa, pembeli mesti tau mba bisa nilai rasanya gimana.”¹⁴

Menurut Ibu Siti mengungkapkan bahwa :

“Saya ngasi harga umumnya orang jualan soto harga Rp. 7.000 seporsinya mba tapi kalau pakai nasi ya Cuma nambah Rp. 3.000 dan gorengan ya biasanya rata-rata orang jual 3 biji Rp. 2.000 saya juga sama .”¹⁵

Menurut Ibu Fitriyana mengungkapkan bahwa:

“Nasi sayur umumnya kan umum dijual mulai dari Rp. 10.000 begitupun saya, tapi jelas ada tambahan harga kalau minta lauk nya beda ya tetep aja masih harga sewajarnya.”¹⁶

Harga menjadi nilai kelayakan atas suatu produk yang akan diperjualbelikan. Penetapan harga juga berperan penting dalam mencapai keuntungan atau penghasilan yang akan diperoleh dalam melakukan suatu usaha.

3. Strategi Promosi

Strategi yang terakhir yaitu promosi, promosi merupakan salah satu cara yang digunakan oleh semua pelaku usaha untuk menarik minat para pembelinya. Kekuatan promosi sangat berpengaruh terhadap peningkatan penjualan. Dari hasil wawancara yang dilakukan banyak pedagang yang tidak memakai strategi promosi ini karna menurut mereka

¹⁴Ibu Ria, Pedagang Mie Ayam dan Bakso, *Wawancara*, 17 April 2022, 08:00 WIB

¹⁵Ibu Siti, Pedagang Soto, *Wawancara*, 17 April 2022, 08:30 WIB

¹⁶Ibu Fitriyana, Pedagang Nasi Sayur, *Wawancara*, 17 April 2022, 08:40 WIB

cukup dengan mengedepankan pelayanan yang terbaik dan tempat yang nyaman serta higienis cukup untuk menarik minat pembeli. Promosi (*Promotion*) adalah suatu unsur yang digunakan untuk memberitahukan dan membujuk pasar tentang produk atau jasa yang baru pada perusahaan melalui iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, maupun publikasi.

Bapak Sarman menerangkan terkait dengan strategi promosi:

“Ga pake promosi-promosian mba, yang terpenting itu cuma gimana cara melayani pembeli dengan baik, memperhatikan kenyamanan pelanggan, serta mengedepankan cita rasa makanan, pasti mereka nanti juga bilang ke teman maupun saudara, ditempat sana enak yang jual juga ramah.”¹⁷

Menurut Ibu Siti mengungkapkan bahwa:

“Kalau untuk promosi belum kepikiran sampe kesitu mba ya soalnya takut ribet saya jualan ya jualan aja jadi ya seadanya gini, dari mulut kemulut saja sudah cukup mba”¹⁸

Para pedagang belum melakukan kegiatan memperkenalkan usaha yang dimiliki pada masyarakat luas misalnya melakukan promosi secara online. Padahal banyak usaha-usaha lainnya saat ini gencar melakukan promosi.

¹⁷Bapak Sarman, Pedagang Nasi Uduk, *Wawancara*, 17 April 2022, 07:45 WIB

¹⁸Ibu Siti, Pedagang Soto, *Wawancara*, 17 April 2022, 08:30 WIB

C. Analisis Strategi Pedagang Kaki Lima Dalam Meningkatkan Pendapatan Untuk Kesejahteraan Keluarga

Menjadi pedagang kaki lima tidak diperlukan keterampilan khusus dan modal yang besar, sehingga menjadi salah satu pilihan para pedagang yang ada di Jalan Sulawesi untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari demi kesejahteraan keluarga. Pedagang disini mestinya bisa berkembang karena bertempat di lokasi yang strategis, namun hal itu tidaklah cukup untuk menjadikan usaha tersebut berkembang. Para pedagang harus memutar otak agar pendapatan mengalami peningkatan demi tercapainya kesejahteraan sehingga mereka dapat mencukupi kebutuhan keluarganya.

Keluarga sejahtera adalah keluarga yang dibentuk berdasarkan atas perkawinan yang sah, mampu memenuhi kebutuhan hidup spiritual dan material yang layak, bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, memiliki hubungan yang serasi, selaras, dan seimbang antar anggota keluarga dengan masyarakat dan lingkungan. Keluarga mereka dianggap sudah sejahtera karena mereka dapat memenuhi kebutuhan papan, sandang, dan pangan sehari-hari, serta mereka dapat menyekolahkan anak-anaknya. Berdasarkan hasil analisis tingkatan kesejahteraan rata-rata pedagang yaitu termasuk kedalam keluarga sejahtera III plus, yaitu keluarga yang diberikan kemampuan membeli kebutuhan dasar, sosial psikologis, maupun kebutuhan pengembangan, serta berkemampuan untuk memberikan sumbangan kepada yang membutuhkan.

Jenis barang yang di jual oleh PKL menentukan pendapatan dalam berjualan, semakin banyak barang dan beraneka ragam jenis barang yang di jual maka semakin banyak pula pendapat yang di peroleh seorang pedagang. Dari data di atas dapat diketahui rata-rata pendapatan pedagang kaki lima yang

berada di Jalan Sulawesi dengan pendapatan dalam satu hari mampu mendapatkan Rp.200.000- Rp.300.000.

Secara garis besar pendapatan dibagi menjadi tiga golongan yaitu gaji dan upah, pendapatan dari usaha sendiri, dan pendapatan dari usaha lain. Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti dapat disimpulkan pendapatan para pedagang termasuk kedalam jenis pendapatan dari usaha sendiri karena merupakan nilai total dari hasil produksi yang dikurang dengan biaya-biaya yang dibayar dan usaha ini merupakan usaha milik sendiri atau keluarga dan tenaga kerja berasal dari anggota keluarga sendiri.

Sebagian besar para pedagang menjadikan usaha ini sebagai sumber mata pencaharian utama. Banyak dari pedagang sudah menekuni menjadi pedagang kaki lima bertahun-tahun seperti Bapak Sarman, beliau sudah berjualan nasi uduk selama 18 tahun, suka duka sudah beliau alami sebelum adanya fasilitas yang diberikan pihak rumah sakit, salah satu permasalahan yang beliau dan pedagang lain alami yaitu penggusuran yang dilakukan SatpolPP dan berpindah dari satu tempat ke tempat lain namun sekarang permasalahan tersebut sudah teratasi berkat adanya Paguyuban Pekerja dan Informal Bina Usaha.

Untuk menganalisa pelaksanaan strategi bisnis yang telah dilakukan pedagang kaki lima di Jalan Sulawesi, maka peneliti melakukan wawancara. Berikut hasil analisis wawancara peneliti bersama pedagang:

1. Strategi Produk

Peningkatan kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan dalam membentuk kepuasan konsumen dan menciptakan loyalitas konsumen bagi pedagang kaki lima. Kualitas

produk diartikan sebagai kemampuan dari suatu produk dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Bentuk peningkatan kualitas produk yang bisa dilakukan adalah mengembangkan produk dengan cara membuat produk baru dilakukan dengan mengikuti trend seperti makanan dan minuman kekinian yaitu menambah varian produk yang dijual, yang bertujuan untuk memikat pelanggan sehingga jumlah pelanggan meningkat yang pada akhirnya meningkatkan pendapatan usaha mereka. dan menjamin kebersihan dan keamanan produk.

Beberapa pedagang yang sudah mampu mengembangkan produknya, tidak hanya menjual satu jenis produk saja, namun selalu berusaha untuk melengkapi berbagai macam kebutuhan dan juga memerhatikan kebersihan tempat serta keamanan produk.

Dilihat dari strategi pelayanan, pedagang sangat memperhatikan pelayanan yang diberikan kepada konsumen yaitu dengan memberikan pelayanan yang ramah, selalu berpenampilan baik dan rapi agar pelanggan merasa nyaman dan aman juga kualitas produk harus baik dan terutama soal rasa harus selalu konsisten, kebersihan selalu dijaga supaya pelanggan merasa nyaman.

Berdasarkan hasil wawancara dapat diketahui pedagang menonjolkan strategi produk dan layanan dalam kegiatan bisnisnya, karena dengan menjaga kualitas produk dan pelayanan dapat memikat pelanggan sehingga jumlah pelanggan meningkat yang pada akhirnya meningkatkan pendapatan usaha mereka. dan menjamin kebersihan dan keamanan produk.

2. Strategi Harga

Dalam menetapkan harga jual diperlukan pertimbangan yang mendalam dan teliti guna memperoleh harga jual yang sesuai dengan keinginan dan tujuan perusahaan. Selain itu, adanya persaingan pasar dapat menciptakan harga jual yang kompetitif. Oleh karena itu, penentuan harga jual harus didasarkan pada perhitungan harga pokok produksi yang tepat. Harga jual adalah aspek penting dalam proses jual beli.

Kesalahan dalam penetapan harga jual akan mengakibatkan harga jual yang terlalu tinggi atau terlalu rendah. Hal tersebut akan berakibat buruk bagi perusahaan, karena dengan harga penawaran yang terlalu tinggi maka tingkat permintaan konsumen akan menurun dan sulit bersaing dengan perusahaan lainnya. Dan sebaliknya jika harga jual terlalu rendah maka ada dua kemungkinan yaitu rugi dan berimbang.

Berdasarkan hasil wawancara sebagian menggunakan *going rate pricing* yaitu penetapan harga berdasarkan harga yang berlaku. Para pedagang rata-rata menetapkan harga dengan menyesuaikan harga jual pedagang lain.

3. Strategi Promosi

Promosi produk merupakan salah satu cara yang dilakukan oleh perusahaan yang bertujuan untuk mendobrak penjualan produk yang telah dihasilkan. Promosi adalah cara untuk menginformasikan, merujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang suatu produk atau brand yang dijual. Selain untuk meningkatkan penjualan produk, promosi juga memiliki tujuan-tujuan tertentu yaitu untuk

menyampaikan informasi, memposisikan produk, dan memberikan nilai tambah dari produk.

Bauran promosi (*promotional mix*) terdiri dari 8 model yaitu Iklan/*Advertising*, Promosi Penjualan/*Sales Promotion*, Acara dan Pengalaman/*Even and Experiences*, Hubungan Masyarakat dan Publisitas/*Public Relations and Publicity*, Penjualan Personal/*Personal Selling*, Pemasaran Langsung/*Direct Marketing*, Pemasaran dari mulut ke mulut/*Word of Mouth Marketing*./

Berdasarkan hasil wawancara beberapa pedagang dapat dianalisis bahwa mereka berbeda-beda dalam menerapkan strategi bisnis yang ketiga yaitu strategi promosi sebagai berikut: Pertama, memaksimalkan pelayanan dan jasa yang diberikan. Kedua, interaksi dan komunikasi yang baik kepada pelanggan. Ketiga, pemasaran dari mulut ke mulut.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil analisis dan pembahasan data tentang “Strategi Pedagang Kaki Lima Dalam Meningkatkan Pendapatan Untuk Kesejahteraan Keluarga (Studi Pedagang Kaki Lima di Jalan Sulawesi, Ganjar Asri, Metro Barat), maka peneliti menarik kesimpulan bahwa dari strategi bisnis yang ada, seperti strategi produk dan layanan, strategi harga, dan strategi promosi tidak semua digunakan dan yang lebih menonjol digunakan yaitu strategi produk dan layanan. Dengan strategi produk dan layanan dalam kegiatan bisnisnya, karena dengan menjaga kualitas produk dan pelayanan dapat memikat pelanggan sehingga jumlah pelanggan meningkat yang pada akhirnya meningkatkan pendapatan usaha mereka. dan menjamin kebersihan dan keamanan produk.

B. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan diatas maka saran dalam penelitian ini adalah :

1. Bagi pembaca, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan terkait dengan Strategi Pedagang Kaki Lima Dalam Meningkatkan Pendapatan Untuk Kesejahteraan Keluarga
2. Bagi para pelaku pedagang kaki lima hendaklah para pedagang mengembangkan produk, berinovasi pada produk dan merek, memperbaiki manajemen, meningkatkan koordinasi dan komunikasi antar pedagang,

mengikuti perkembangan dan memanfaatkan teknologi yang ada dan juga pedagang kaki lima diharapkan untuk selalu memperhatikan kebersihan juga tata letak, demi kenyamanan bersama.

3. Bagi peneliti

Pada penelitian ini banyak sekali kekurangan, baik itu dari penulis, kevalidan data dan keterbatasan lainnya dijadikan relevansi untuk riset selanjutnya untuk disempurnakan.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian* (Jakarta: KENCANA, 2017).
- Asih Kurniasih, *Ilmu Kesejahteraan Keluarga*, (Semarang:Unnespress, 2019),
- Bahtiar Bahar, Imran Ismail, Juharni, “Implementasi Kebijakan Strategi Pengelolaan Bagi Pedagang Kaki Lima Kota Makassar”, *J. Paradigma*, Vol. 1, No. 1/2018.
- Buhkari, “Pedagang Kaki Lima (PKL) dan Jaringan Sosial: Suatu Analisis Sosiologi”, *Jurnal Sosiologi USK*, Vol. 11. No. 1/ 2017
- Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi : Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif Untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen, dan Pemasaran*, (Jakarta : Kencana 2013)
- Dewa Made Aris Artaman DKK, “Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang Pasar Seni Sukawati Gianyar”,
- Dorris Yadewan DKK, *Memilih Menjadi Pedagang Kaki Lima*, (Padang, Pustaka Galeri Mandiri : 2020)
- Eko Susanto, “Pemberdayaan Pedagang Kaki Lima Di Kota Metro Studi Kasus di Pasar Cendrawasih Kota Metro”, Institut Agama Islam Negeri Metro, 2019.
- Jemsly Hutabarat, Martani Huseini, *Pengantar Manajemen Strategik Kontemporer Startegik Ditengah Operasional*,(Jakarta : PT Elex Media Komputindo, 2006).
- Marceline Livia Hedynata, Wirawan E.D.Radianto, “Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Luscious Chocolatae Potato Snack”, *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Volume 1, Nomor 1/2016
- Margo Saptowinarko Prasetyo dan Endang Wulandari, *Pengantar Akuntansi*, (Yogyakarta:Penebar Media Pustaka, 2020)
- Marlina Telaumbanua, Mutiara Nugraheni, “Peran Ibu Rumah Tangga Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Keluarga”, *Sosio Informa*, Vol. 4, No. 2/2018.
- Mega Putri Watung, “Analisis Perbandingan Pendapatan Ojek Konvensional dan Ojek Online Di Kota Manado”, *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Volume 20, No 3/2020.

- Moehar Daniel, *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2002)
- Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2017)
- Muhamad Dedy ETS, DKK, “Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Sebagai Penetapan Harga Jual”, *Jurnal @Trisula LP2M Undar*, Vol. 1/2017
- Mutiara Pradipta, “Tingkat Kesejahteraan Keluarga Petani Padi di Desa Sumberagung Kecamatan Moyudan Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta”, Universitas Negeri Yogyakarta, 2017.
- Nurlaila Hanum, “Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Kota Kuala Simpang”, *Jurnal Samudera Ekonomika*, Vol. 1, No. 1/201.
- Nurul Aulia Dewi, “Analisi Strategi Pemasaran Pedagang Kaki Lima di Jembatan Tabayang Kota Tanjung Balai”, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2019.
- Putri Lestari, Muchammad Saifuddin, “Implementasi Strategi Promosi Produk dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi Covid’19”, *Jurnal Manajemen dan Inovasi (MANOVA)*, Volume 3, Nomor 2/2020
- Rafidah, *Pengaruh Modal Usaha, Lama Usaha dan Sikap Kewirausahaan Islami Terhadap Pendapatan dan Kesejahteraan Keluarga Wanita Pengrajin Batik Danau Teluk Kota Jambi*, (Malang: Ahlimedia Press, 2020)
- Rahmad Kurniawan, “Urgensi Bekerja Dalam AlQuran”, *Jurnal Transformatif*, Vol. 3, No. 1/2019.
- Reksoprayitno, *Sistem Ekonomi dan Demokrasi Ekonomi*, (Jakarta: Bina Grafika, 2004)
- Rhenald Kasali, dkk. *Modul Kewirausahaan (Tkt:Tpb)*, (2010),
- Rio Christoper, Rosmiyati Chodijah, dan Yunisvita Yunisvita, “Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pekerja wanita sebagai Ibu rumah tangga”, *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Vol. 15 No. 1/ 2019
- S. Nasution, *Metode Research*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2012)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif DAN R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013).
- Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012)

Tim penerjemah Al-Qur'an Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah*, (Bandung : PT Sygma Examedia Arkanleema, 2009)

Veithzal Rivai Zainal, DKK, *Manajemen Strategis*, (Sidoarjo : Indomedia Pustaka, 2020).

Wan Laura Hardilawati, "Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19", *Jurnal Akuntansi & Ekonomika*, Vol. 10 No. 1/2020

LAMPIRAN



**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.iaim@metrouniv.ac.id

Nomor : B-1049/In.28/D.1/TL.00/04/2022
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
KETUA PAGUYUBAN PEDAGANG
DAN PEKERJA INFORMAL BINA
USAHA
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-1050/In.28/D.1/TL.01/04/2022,
tanggal 04 April 2022 atas nama saudara:

Nama : **SONIA PUJAYANTI**
NPM : 1804040096
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Syari`ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di PAGUYUBAN PEDAGANG DAN PEKERJA INFORMAL BINA USAHA, dalam rangka meyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PEDAGANG KAKI LIMA DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN UNTUK KESEJAHTERAAN KELUARGA (STUDI PEDAGANG KAKI LIMA DI JALAN SULAWESI GANJAR ASRI METRO BARAT)".

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 04 April 2022
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Siti Zulaikha S.Ag, MH
NIP 19720611 199803 2 001



**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: B-1050/In.28/D.1/TL.01/04/2022

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : **SONIA PUJAYANTI**
NPM : 1804040096
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Syari`ah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di PAGUYUBAN PEDAGANG DAN PEKERJA INFORMAL BINA USAHA, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PEDAGANG KAKI LIMA DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN UNTUK KESEJAHTERAAN KELUARGA (STUDI PEDAGANG KAKI LIMA DI JALAN SULAWESI GANJAR ASRI METRO BARAT)".
 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 : 04 April 2022

Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Siti Zulaikha S.Ag, MH
NIP 19720611 199803 2 001

Mengetahui,
Pejabat Setempat



Edy Soeprato



**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
M E T R O Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-465/ln.28/S/U.1/OT.01/05/2022**

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

Nama : Sonia Pujayanti
NPM : 1804040096
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2021 / 2022 dengan nomor anggota 1804040096

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 19 Mei 2022
Kepala Perpustakaan



As'ad
Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H.
NIP.19750505 200112 1 002

43



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Sonia Pujayanti
NPM : 1804040096
Jurusan : Ekonomi Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Strategi Pedagang Kaki Lima Dalam Meningkatkan Pendapatan Untuk Kesejahteraan Keluarga (Studi Pedagang Kaki Lima di Jalan Sulawesi, Ganjar Asri, Metro Barat)** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi Turnitin dengan **Score 18%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 13 Juni 2022
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Dharma Setyawan, M.A.
NIP.198805292015031005

**STRATEGI PEDAGANG KAKI LIMA DALAM MENINGKATKAN
PENDAPATAN UNTUK KESEJAHTERAAN KELUARGA
(Studi Pedagang Kaki Lima di Jalan Sulawesi Ganjar Asri Metro Barat)**

OUTLINE

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN ABSTRAK

HALAMAN ORSINILITAS PENELITIAN

HALAMAN MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

HALAMAN KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

LAMPIRAN

BABI PENDAHULUAN

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

BAB II LANDASAN TEORI

A. Strategi Bisnis

1. Pengertian Strategi Bisnis
2. Perencanaan Strategi Bisnis

B. Pedagang Kaki Lima

1. Pengertian Pedagang Kaki Lima
2. Karakteristik Pedagang Kaki Lima

C. Pendapatan

1. Pengertian Pendapatan
2. Indikator Pendapatan
3. Peningkatan Pendapatan.

D. Kesejahteraan Keluarga

1. Pengertian Kesejahteraan Keluarga
2. Indikator Keluarga Sejahtera

BAB III METODE PENELITIAN

- A. Jenis dan Sifat Penelitian
- B. Sumber Data
- C. Teknik Pengumpulan Data
- D. Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Gambaran Umum Pedagang Kaki Lima yang ada di Jalan Sulawesi

B. Strategi Pedagang Kaki Lima dalam Meningkatkan Pendapatan
untuk Kesejahteraan Keluarga

C. Analisis Strategi Pedagang Kaki Lima dalam Meningkatkan
Pendapatan untuk Kesejahteraan Keluarga

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Dosen Pembimbing



Aulia Ranny Priyatna M. E. Sy.
NIDN. 198406162012

Metro, 30 Desember 2021

Peneliti



Sonia Pujayanti
NPM. 1804040096

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

STRATEGI PEDAGANG KAKI LIMA DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN UNTUK KESEJAHTERAAN KELUARGA (Studi Pedagang Kaki Lima di Jalan Sulawesi Ganjar Asri Metro Barat)

A. Wawancara

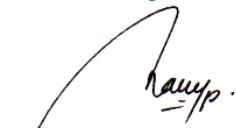
1. Wawancara kepada ketua Paguyuban Pedagang dan Pekerja Informal Bina Usaha
 - a. Sejak kapan Paguyuban Pedagang dan Pekerja Informal Bina Usaha ini berdiri?
 - b. Berapakah jumlah pedagang yang ada di Paguyuban Pedagang dan Pekerja Informal Bina Usaha?
 - c. Apakah ada sistem sewa tempat tertentu untuk para pedagang?
2. Wawancara kepada pedagang kaki lima yang ada di Jalan Sulawesi, Ganjar Asri, Metro Barat.
 - a. Sudah berapa lama menjadi pedagang?
 - b. Apa yang melatarbelakangi menjadi pedagang kaki lima?
 - c. Strategi bisnis apa yang anda gunakan dalam meningkatkan pendapatan?
 - d. Berapakah pendapatan perhari anda dari berdagang?
 - e. Apakah dengan adanya Covid-19 ini mempengaruhi pendapatan anda?
 - f. Apakah ada usaha sampingan dalam meningkatkan pendapatan?
 - g. Bagaimana sistem sewa tempat?

3. Wawancara kepada pembeli
 - a. Bagaimana pelayanan pedagang?
 - b. Apakah tempat para pedagang memenuhi standar kebersihan?
 - c. Apakah makanan dan minuman yang dijual memiliki daya tarik?
 - d. Bagaimana kesesuaian rasa dari makanan dan minuman yang dijual para pedagang?
 - e. Mengapa anda memilih membeli makanan dan minuman dipedagang kaki lima?

B. Dokumentasi

1. Buku-buku dan jurnal-jurnal yang berkaitan dengan penelitian
2. Data-data yang bersumber dari lokasi penelitian

Pembimbing



Aulia Ranny Priyatna M. E. Sy.
NIDN. 198406162012

Metro, 1 Maret 2022
Peneliti



Sonia Pujayanti
NPM. 1804040096



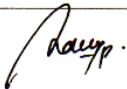
**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725)47298; website: www.syariah.metrouniv.ac.id; E-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : **Sonia Pujayanti**
NPM : 1804040096

Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / ESy
Semester / TA : VII / 2021-2022

No	Hari / Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin 23 Agustus 2021	<ol style="list-style-type: none">1. Perbaiki penulisan masehi2. Perbaiki halaman judul3. Sistematiskan paragraf pada IBM4. Perbaiki kalimat Narasi halaman5. Perbaiki penulisan manfaat penelitian6. Fokus penelitiannya apa.7. Latar Belakang Masalah di fokuskan lihat teori apa yang digunakan kemudian Temuan apa yang ada Narasikan8. Penulisan halaman Perbab mulai 19. landasan teori berdasarkan variabel judul yang ada	
	Senin 30 Agustus 2021	<ol style="list-style-type: none">1. Paragraf 1 pada IBM hapus terlalu umum2. latar Belakang Masalah diperbaiki3. Bab II inventarisir teorinya4. Fokus pada strategi bisnis5. Perbaiki penulisan footnote6. teori fokuskan	

Dosen Pembimbing



Aulia Ranny Priyatna, M.E.Sy

Mahasiswa Ybs.



Sonia Pujayanti
NPM. 1804040096



**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 PROPOSAL

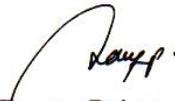
Nama : **Sonia Pujayanti**
NPM : 1804040096

Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / ESy
Semester / TA : VII / 2021-2022

No	Hari / Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Rabu 01 September 2021	<ol style="list-style-type: none">1. Teori apa yang digunakan sebagai pisau analisis2. Perbaiki penulisan kata serapan asing harusnya cetak miring3. Pada sumber Data, cari teori dulu kemudian narasikan peran ditapannya apa4. Kutipan beri footnote5. Pada sumber Data primer dan sumber data sekunder6. Gunakan teknik pengambilan data : snowball sampling atau purposive	
	Rabu 08 September 2021	<ol style="list-style-type: none">1. Cari Ayat yang Relevan dengan Penelitian2. Bedakan kutipan dengan analisis peneliti3. Perbaiki tujuan & manfaat4. Teknik analisis Data untuk apa5. Daftar pustaka dibuat	

Dosen Pembimbing

Mahasiswa Ybs.


Aulia Ranny Priyatna, M.E.Sy


Sonia Pujayanti
NPM. 1804040096



**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.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : **Sonia Pujayanti**
NPM : 1804040096

Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / ESy
Semester / TA : VII / 2021-2022

No	Hari / Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin 27 September 2021	1. sajikan Ayat, beri footnote 2. Teori terkait tujuan penelitian 3. Teori terkait manfaat penelitian 4. kutipan beri footnote 5. Perbaiki penulisan penggunaan kata sambung pada awal kalimat 6. Perbaiki penulisan paragraf dan spasi pada Bab II	
	Rabu 29 September 2021	ACC untuk diseminatkan	

Dosen Pembimbing



Aulia Ranny Priyatna, M.E.Sy

Mahasiswa Ybs.



Sonia Pujayanti
NPM. 1804040096



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
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : SONIA PUJAYANTI
NPM : 1804040096

Fakultas/Jurusan : FEBI/ESy
Semester/TA : VIII/2022

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Selasa / 17 Mei 2022	1. Perbaiki tabel 2. Analisis dipertajam 3. Perbaiki spasi 4. Perbaiki kesimpulan 5. Data yang disajikan disesuaikan dengan APD secara urut	
	Kamis / 19 Mei 2022	1. Kesimpulan disesuaikan dengan pertanyaan penelitian 2. Saran disesuaikan dengan tujuan dan manfaat penelitian	
	Rabu / 25 Mei 2022	1. Lengkapi lampiran skripsi 2. Perbaiki foto daftar riwayat hidup	

Dosen Pembimbing

Aulia Radny Priyatna, M. E. Sy.
NIDN. 198406162012

Mahasiswa

Sonia Pujayanti
NPM. 1804040096



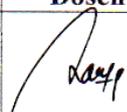
**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

**NAMA : SONIA PUJAYANTI
NPM : 1804040096**

**Fakultas/Jurusan : FEBI/ESy
Semester/TA : VIII/2022**

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Selasa / 28 Desember 21	1. Perbaiki Spasi Judul 2. Perbaiki landasan teori 3. Perbaiki BAB IV	
	Kamis / 30 Desember 21	ACC Outline	

Dosen Pembimbing



Aulia Ranny Priyatna, M. E. Sv.
NIDN. 198406162012

Mahasiswa



Sonia Pujayanti
NPM. 1804040096



KEMENTERIAN 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
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : SONIA PUJAYANTI
NPM : 1804040096

Fakultas/Jurusan : FEBI/ESy
Semester/TA : VIII/2022

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Selasa / 8 Maret 2022	1. Perbaiki tahun 2. Perbaiki spasi judul skripsi 3. Perbaiki Landasan teori 4. Perbaiki footnote	
	Kamis / 10 Maret 2022	ACC BAB 1,2,3	

Dosen Pembimbing

Mahasiswa

Aulia Ranny Priyatna, M. E. Sy.
NIDN. 198406162012


Sonia Pujayanti
NPM. 1804040096



KEMENTERIAN 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
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : SONIA PUJAYANTI
NPM : 1804040096

Fakultas/Jurusan : FEBI/ESy
Semester/TA : VIII/2022

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Selasa / 22 Maret 2022	1. Perbaiki narasi wawancara untuk pedagang 2. Tambahkan wawancara untuk pembeli 3. Perbaiki spasi	
	Jum'at / 1 April 2022	ACC APD	

Dosen Pembimbing

Aulia Ranny Privatna, M. E. Sy.
NIDN. 198406162012

Mahasiswa

Sonia Pujayanti
NPM. 1804040096



KEMENTERIAN 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
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : SONIA PUJAYANTI
NPM : 1804040096

Fakultas/Jurusan : FEBI/ESy
Semester/TA : VIII/2022

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Jum'at / 27 Mei 2022	1. Perbaiki abstrak lihat buku pedoman	
	Selasa / 31 Mei 2022	ACC BAB 4 & 5 sajap untuk dimunagrasah kan	

Dosen Pembimbing

Aulia Ranny Priyatna, M. E. Sy.
NIDN. 198406162012

Mahasiswa

Sonia Pujayanti
NPM. 1804040096

DOKUMENTASI

1. Dokumentasi Setelah Wawancara Dengan Bapak Edi Selaku Ketua Paguyuban Pekerja dan Infromal Bina Usaha



2. Wawancara dengan Bapak Sutadi Selaku Sekertaris Paguyuban Pekerja dan Infromal Bina Usaha



3. Wawancara Dengan Ibu Fitriyana Pedagang Nasi Sayur



4. Wawancara Dengan Pembeli Ibu Aini



5. Wawancara Dengan Ibu Siti Pedagang Soto



6. Wawancara Dengan Ibu Yani Pedagang Es Doger dan Jus Buah



7. Wawancara Dengan Ibu Ria Pedagang Mie Ayam



8. Foto Pembeli



RIWAYAT HIDUP



Peneliti bernama Sonia Pujayanti, Lahir pada tanggal 24Februari2000 di Metro, Kelurahan Ganjar Asri, Kecamatan Metro Barat. Peneliti merupakan anak pertama dari pasangan Bapak Pujiadi dan Ibu Tatik Pujiati. Peneliti menyelesaikan pendidikan formalnya di SDN 09Metro Barat lulus pada tahun 2012, kemudian melanjutkan ke SMP Negeri 3 Metro Pusat lulus pada tahun 2015, kemudian melanjutkan ke SMA Negeri 3 Metro Utara lulus pada tahun 2018. Selanjutnya peneliti melanjutkan pendidikan pada Program studi S1 Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro dimulai pada Semester I Tahun Ajaran 2018/2019.