

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS DALAM  
MENINGKATKAN PENDAPATAN PEDAGANG KAKI LIMA  
DI ALUN-ALUN BONDOWOSO**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Ekonomi Syariah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
Oleh:  
AHMAD FAISAL MUSTHOFA  
JEMBER  
NIM E20182039

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
2023**

**STRATERGI PENGEMBANGAN BISNIS DALAM MENINGKATKAN  
PENDAPATAN PEDAGANG KAKI LIMA DI ALUN-ALUN  
BONDOWOSO**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Shiddiq Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh:

**AHMAD FAISAL MUSTHOFA  
NIM E20182039**

Di setujui oleh



**Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.L., M.S.I**  
**NIP. 19760812 2008101 1 015**

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS DALAM MENINGKATKAN  
PENDAPATAN PEDAGANG KAKI LIMA DI ALUN-ALUN  
BONDOWOSO  
SKRIPSI**

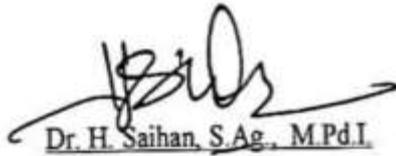
Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Ekonomi Syariah

Hari : Kamis  
Tanggal : 22 Juni 2023

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris



Dr. H. Saihan, S.Ag., MPd.I.  
NIP. 197202172005011001

Anggota :

1. Dr. Khairunnisa Musari, S.T., MMT.
2. Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I.



Sofiah, M.E.  
NIP.199105152019032003



Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Khamdau Rifa'i, S.E., M.S.I.  
NIP. 196508072000031001

## MOTTO

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ  
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٤٩﴾

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. QS An nisa: 29<sup>1</sup>



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

---

<sup>1</sup> Al-Qur'an 4:29.

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah segala puji kami panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayahnya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program sarjana dapat terlaksana dengan lancar. Walaupun jauh dari kata sempurna, kami bersyukur bisa mencapai titik ini. Sholawat serta salam tidak lupa dihaturkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW karena beliau kita dapat terangkis dari jaman jahiliyah menuju zaman yang penuh terang menerang ini.

Skripsi ini penulis saya persembahkan kepada :

1. Umi tersayang Nurhayati dan Bapak tersayang Bahrola salah satu motivasi terbesar saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Segala dukungan, kasih sayang dan cinta kasih yang tiada terhingga mungkin hanya dapat kubalas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan dalam persembahan. Semoga ini bisa menjadi langkah awal untuk bisa membuat umi dan bapak bahagia. Terima kasih sudah menjadi orang tua yang terbaik buat saya.
2. Mbah tersayang Nur Saniman yang tidak pernah henti memberikan semangat dan berdoa untuk kesuksesan saya.
3. Segenap keluarga besar Bani Saniman, Bani Nurbini, dan Bani Qarsunin yang senantiasa memberikan suport dan mendoakan kesuksesan saya selama ini.
4. Bapak Dr. Ahmadiono M.E.I. terima kasih sudah memberikan support dan dukungannya selama ini.
5. Teruntuk teman seperjuangan saya Muhammad Lutfi, Hasan Bazri, Habiburrahman, Mohamad Iqbal yang telah menjadi teman mulai dari

Madrasah Aliyah Negeri (MAN) hingga saat ini yang selalu memberikan semangat dan dukungan serta selalu ada disaat susah maupun senang, canda dan tawa yang selalu memberikan kebahagiaan.

6. Kepada senior saya sahabat Afnas Fathurrosi, sahabat sofwen, sahabat Rivaldi Bustomi, sahabat Amir Jaelani, sahabat Wildan Geza Yudistira, sahabat Rifki Rahman, dan sahabati Nabela, sahabeti Via, sahabati Dini.
7. Keluarga besar Ikatan Keluarga Mahasiswa Pergerakan Bondowoso (IKMPB), terima kasih telah memberikan support, semangat, pengalaman dan telah mengajarkan arti kebersamaan dalam suka maupun duka.
8. Keluarga besar Ikatan Pelajar Nahdatul Ulama, dan Ikatan Pelajar Putri Nahdatul Ulama (IPNU-IPPNU) Bondowoso terima kasih telah memberikan support, semangat, pengalaman dan telah mengajarkan arti kebersamaan dalam suka maupun duka.
9. Keluarga besar komunitas Bolo Sewu terima kasih telah memberikan support, semangat, pengalaman dan telah mengajarkan arti kebersamaan dalam suka maupun duka.
10. Almamater Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember dan Keluarga Besar Ekonomi Syariah satu yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terimakasih atas rasa kekeluargaan kalian selama ini. Kebersamaan yang tak akan pernah terlupakan, manis pahitnyamenimba ilmu yang telah kita lalui bersama selama ini.

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah segala puji kami panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayahnya. Sholawat serta salam tidak lupa dihaturkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW karena beliau kita dapat terangkis dari jaman jahiliyah menuju zaman yang penuh terang menerang ini sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Sarjana Ekonomi (S.E) dapat terlaksana dengan lancar dengan skripsi yang berjudul **“Stratergi Pengembangan Bisnis Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kaki Lima Di Alun-Alun Bondowoso”**.

Kesuksesan ini dapat penulis peroleh karena dukungan dari banyak pihak yang telah membantu dan membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Babun Suharto, S.E., M.M selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah melindungi, mengayomi dan menyediakan fasilitas yang ada.
2. Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.SI selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam yang selalu memberikan semangat serta doa yang tidak pernah henti.
3. Dr. Nikmatul Masruroh, M.E.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang selalu memberikan semangat serta doa yang

tidak pernah henti.

4. Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I, M.S.I selaku Koordinator Progam Studi Ekonomi Syariah dan Dosen Pembimbing Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam terima kasih atas bimbingan, kesabaran, serta ketelatenan yang selama ini Ibu berikan sehingga tugas akhir skripsi ini terselesaikan sesuai dengan harapan.
5. Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah membekali kami ilmu serta pengetahuan yang bermanfaat, serta semua staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
6. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan dengan lancar.

Akhir kata semoga Allah SWT membalas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan melimpahkan rahmat dan hidayahnya.

Bondowoso, 10 Juni 2023

Penulis

## ABSTRAK

Ahmad Faisal Musthofa, 2023: *Strategi Pengembangan Bisnis Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kaki Lima Di Alun-Alun Bondowoso.*

Dalam kamus bahasa Indonesia kata “pengembangan” secara etimologi yaitu proses atau cara, perbuatan mengembangkan. Secara istilah kata pengembangan menunjukkan pada suatu kegiatan menghasilkan suatu alat atau cara yang baru. Bisnis merupakan kata yang populer dalam kehidupan sehari-hari. Setiap harinya jutaan umat manusia melakukan kegiatan bisnis ada yang sebagai produsen, distributor maupun konsumen. Pendapatan adalah total penerimaan yang dimiliki suatu unit usaha yang diperoleh dari hasil penjualan output. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia arti dari pendapatan adalah hasil kerja usaha dan sebagainya yang digunakan untuk kebutuhan makan, tempat tinggal, pajak dan sebagainya.

Fokus penelitian yang diteliti dalam skripsi ini adalah (1) Bagaimana strategi bisnis pedagang kaki lima di Alun-Alun Bondowoso? (2) Apa saja faktor yang menghambat pedagang kaki lima di Alun-Alun Bondowoso dalam mengembangkan bisnis untuk meningkatkan pendapatan? (3) Bagaimana strategi pengembangan bisnis dalam meningkatkan pendapatan pada Pedagang kaki Lima di Alun-alun Bondowoso?

Tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui strategi bisnis pedagang kaki lima di Alun-Alun Bondowoso. (2) Untuk mengetahui faktor yang menghambat pedagang kaki lima di Alun-Alun Bondowoso dalam mengembangkan bisnis untuk meningkatkan pendapatan. (3) Untuk mengetahui strategi pengembangan bisnis dalam meningkatkan pendapatan pada Pedagang kaki Lima di Alun-alun Bondowoso.

Penelitian ini menggunakan Pendekatan penelitian kualitatif dengan bersifat dekriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi. Lokasi penelitian yakni di Alun-alun Raden Bagus Asra (RBA) Ki Ronggo Bondowoso.

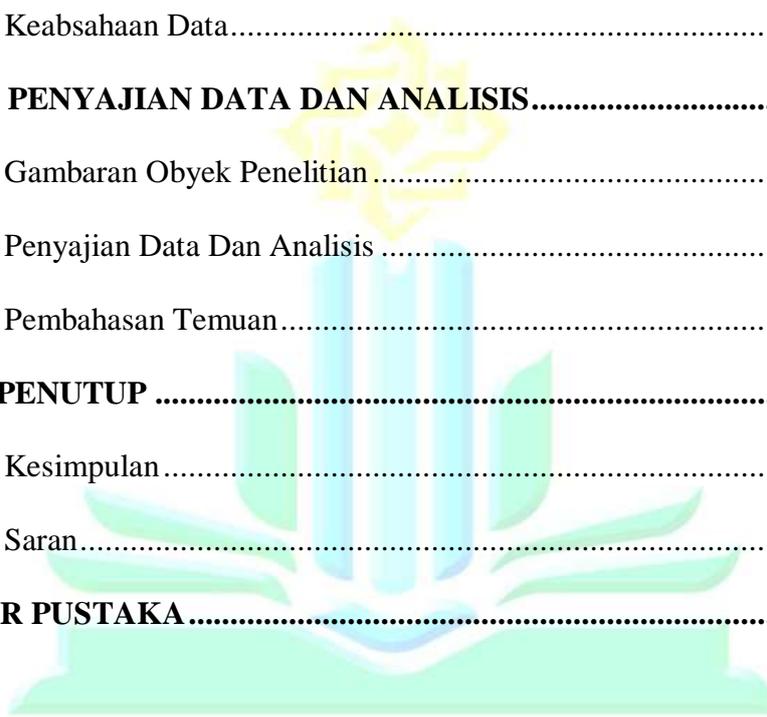
Hasil penelitian ini yaitu (1) Strategi yang digunakan oleh pedagang kaki lima di Alun-alun Bondowoso yaitu kebanyakan mengutamakan kualitas, baik barang, rasa, tempat serta pelayanan kepada konsumennya. Sedangkan dalam segi harga yang dijual oleh penjual masih bisa dijangkau oleh masyarakat dikarenakan sebagian besar masyarakat Bondowoso mempunyai penghasilan menengah kebawah. (2) Faktor penghambat Pedagang Kaki Lima yaitu sebagian besar Pedagang Kaki Lima di Alun-alun Bondowoso mengatakan untuk faktor penghambatnya adalah faktor cuaca yang tidak bisa diprediksi. (3) Strategi pengembangan yang digunakan oleh Pedagang Kaki Lima di Alun-alun Bondowoso yaitu: Menjual produk terbaru yang banyak diminati oleh masyarakat dan memanfaatkan lokasi Alun-alun.

**Kata Kunci :** Pengembangan Bisnis, Pedagang Kaki Lima, Alun-alun Bondowoso.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Fokus Penelitian.....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	7
E. Definisi Istilah.....	9
F. Sistematika Pembahasan .....	11
<b>BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN</b> .....	<b>13</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	13
B. Kajian Teori.....	23
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>40</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	40
B. Lokasi Penelitian.....	41

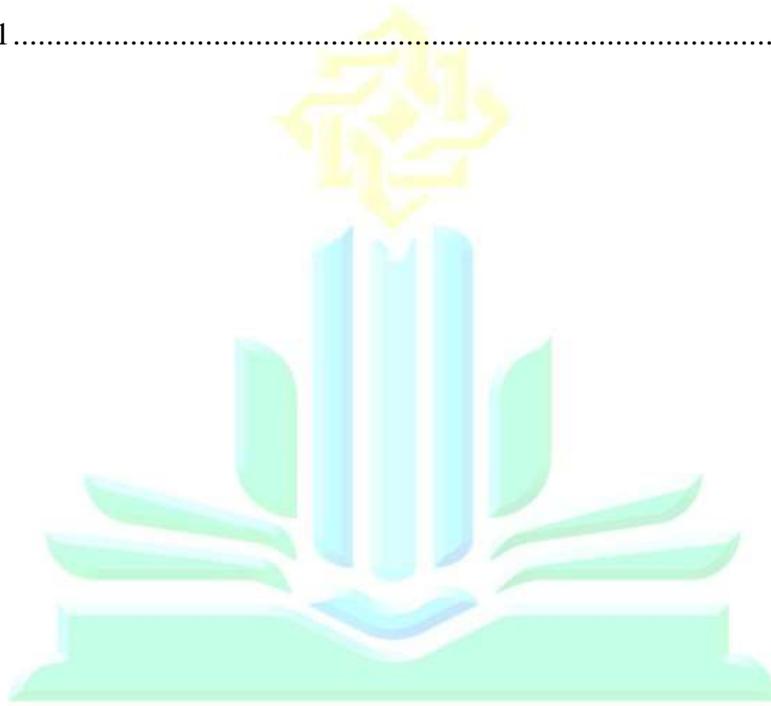
C. Subjek Penelitian.....	41
D. Teknik Pengumpulan Data .....	42
E. Analisis Data.....	44
F. Keabsahaan Data.....	45
<b>BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS.....</b>	<b>49</b>
A. Gambaran Obyek Penelitian.....	49
B. Penyajian Data Dan Analisis .....	51
C. Pembahasan Temuan.....	57
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>60</b>
A. Kesimpulan.....	60
B. Saran.....	61
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>63</b>



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1.....20  
Table 3.1.....42  
Tabel 4.1.....51



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Konteks Penelitian

Setiap manusia pada hakikatnya membutuhkan harta untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Salah satu cara agar kebutuhan hidup manusia dapat terpenuhi yaitu dengan bekerja. Bekerja merupakan salah satu sebab pokok yang memungkinkan manusia mencari nafkah (rezeki). Banyak sekali pekerjaan yang dapat dilakukan, salah satu pekerjaan tersebut ialah berdagang atau bisnis. Bisnis adalah bagian yang penting dari masyarakat, bisnis bukanlah sesuatu yang terpisah dari masyarakat. Namun, dengan segala kegiatannya merupakan bagian yang integral dari masyarakat.<sup>2</sup> Secara sadar dan dengan berbagai cara manusia terlibat dalam pembelian barang-barang dan jasa yang dibutuhkan untuk memberikan kenikmatan bagi hidupnya.<sup>3</sup>

Bisnis didefinisikan sebagai sebuah kegiatan atau aktivitas yang mengalokasikan sumber-sumber daya yang dimiliki kedalam suatu kegiatan produksi yang menghasilkan barang dan jasa yang bisa dipasarkan kepada konsumen agar dapat memperoleh keuntungan atau pengembalian hasil.<sup>4</sup>

Dalam melakukan kegiatan bisnis hal penting yang harus dipersiapkan adalah strategi bisnis.

Strategi menurut Basu Swastha adalah sebagai suatu rencana yang diutamakan untuk mencapai tujuan. Strategi bisnis adalah upaya perusahaan dalam mengambil kebijakan dan pedoman yang memiliki komitmen

---

<sup>2</sup> O.P. Simorangkir, *Etika Bisnis Jabatan dan Perbankan* (Jakarta: PT Rineka Cipta 2003), 30.

<sup>3</sup> *Ibid.*, 29.

<sup>4</sup> *Ibid.*, 30.

dan tindakan yang terintegrasi serta dirancang untuk membangun keunggulan dalam persaingan bisnis untuk memenuhi dan mencapai tujuan bisnis.<sup>5</sup> Bisnis merupakan sebuah aktivitas yang mengarah pada peningkatan nilai tambah melalui proses penyerahan jasa, perdagangan atau pengolahan barang (produksi).<sup>6</sup> Ketika sudah memilih untuk berkecimpung dalam dunia bisnis maka siapataupun tidak persaingan tersebut harus dihadapi. Persaingan dalam bisnis tidak hanya dirasakan oleh perusahaan-perusahaan besar saja, namun usaha-usaha kecil juga merasakan hal yang sama. Usaha-usaha kecil yang biasanya lebih dikenal dan disebut UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah). Menurut Rudjito UMKM adalah usaha yang punya peranan penting dalam perekonomian negara, baik dari sisi lapangan kerja yang tercipta maupun dari sisi jumlah yang tercipta. UMKM adalah suatu kegiatan ekonomi yang memiliki basis dari kalangan masyarakat dengan keterjangkauan modal yang minim. Terdapat beberapa kriteria UMKM menurut Undang-Undang yang dibagi berdasarkan asset dan omzet yang dimiliki.<sup>7</sup>

Dalam dunia bisnis, pendapatan merupakan total penerimaan yang dimiliki suatu unit usaha yang diperoleh dari hasil penjualan output. Pertumbuhan pendapatan secara konsisten, serta pertumbuhan keuntungan dianggap penting bagi suatu perusahaan. Tanpa ada pendapatan mustahil terdapat penghasilan. Dalam konsep pendapatan, pendapatan merupakan

---

<sup>5</sup> Basu Swasta dan Irawan, *Management Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty, 1997) 67.

<sup>6</sup> Muhammad dan Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam* (Yogyakarta: BPFE- Yogyakarta, 2004), 56.

<sup>7</sup> Wulan Ayonda, *UMKM 4.0 Strategi UMKM Memasuki Era Digital* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2020), 28.

unsur paling penting dalam sebuah perusahaan maupun dalam suatu lembaga keuangan karena pendapatan akan menentukan maju mundurnya suatu perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus semaksimal mungkin untuk memperoleh pendapatan yang diharapkan dengan menggunakan segala sumber yang ada dalam perusahaan maupun lembaga keuangan seefisien mungkin.<sup>8</sup> Sumber pendapatan masyarakat terkhusus masyarakat dalam kategori menengah kebawah masih sangat tergantung pada sektor perdagangan kecil atau UMKM. Maka dapat diartikan bahwa kehidupan masyarakat bergantung pada sektor ini. Jadi apabila kegiatan dalam sektor ini terganggu, entah dipengaruhi oleh sektor internal maupun eksternal maka akan mempengaruhi sendi kehidupan masyarakat tersebut.

Berbicara terkait sektor perdagangan, maka kita tidak dapat lepas dari komunitas pedagang sebagai pelakunya, yang salah satunya lebih dikenal dengan sebutan Pedagang Kaki Lima (PKL) yaitu dengan berjualan di trotoar atau ditempat umum lainnya. Pedagang kaki lima juga termasuk dalam sektor usaha mikro kecil menengah. Sektor informal merupakan unit usaha kecil maka modal yang diperlukan juga kecil bahkan sistem pengolahannya juga sederhana. Sulitnya lapangan pekerjaan membuat masyarakat berusaha untuk terus memenuhi kebutuhan hidupnya. Masyarakat dituntut untuk lebih mengembangkan kemampuan atau potensi yang ada pada diri sendiri maupun yang berada di wilayah masing-masing sehingga kebutuhan mereka terpenuhi. Pedagang kaki lima sekarang ini yang menjadi salah satu solusi

---

<sup>8</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Rajawali Press, 2011), 169.

dari permasalahan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Perkembangan Pedagang Kaki Lima semakin pesat saat ini, ditandai dengan banyaknya pedagang yang menempati dan memanfaatkan lahan atau tempat umum yang memang dipandang memiliki profit misalkan Alun-alun, pusat kota, tempat keramaian, dan tempat-tempat yang memiliki objek wisata lainnya.

Di Kabupaten Bondowoso sendiri tidak jauh berbeda dengan di kabupaten yang berada didaerah sekitar Bondowoso, terbukti di tiap sisi jalan sekarang ini banyak ditemui pedagang kaki lima. Terutama di malam hari sangat mudah sekali ditemukan para pedagang tersebut, apalagi ditempat-tempat keramaian yang biasanya dijadikan suatu destinasi oleh masyarakat salah satunya yaitu Alun-alun Bondowoso. Sebagian besar masyarakatnya sudah menyadari bahwa alun-alun Bondowoso terkenal dengan ramainya pedagang kaki lima yang memenuhi hampir seluruh lingkup Alun-alun dari luar hingga dalam. Dari sudut manapun pengunjung sangat dimanjakan dengan berbagai pilihan produk yang ingin mereka beli. Berbagai macam permainan anak-anak, makanan, dan segala pernak-pernik dan lain sebagainya. 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. Namun harus disadari bahwa yang menjadi pesaing tidak hanya pedagang-pedagang kecil yang berada di lingkup alun-alun saja, tapi juga pedagang yang berada diluar lingkup tersebut. Disadari bahwa saat ini tingkat keramaian dan eksistensi dari Alun-alun Bondowoso mulai menurun.

Saat ini memang kabupaten Bondowoso memiliki beberapa destinasi lainnya yang mana bagi masyarakat lebih menarik jika dibandingkan di Alun-alun Bondowoso. Terutama anak muda saat ini lebih tertarik untuk berkunjung ke kafe, mall dan tempat lainnya yang memiliki daya tarik dan kepopuleran tersendiri. Jika hal tersebut terus berlangsung maka minat masyarakat untuk berkunjung ke alun-alun Bondowoso akan semakin menurun karena akan tergantikan oleh tempat lainnya, maka hal ini akan berdampak kurang baik untuk kelangsungan usaha pedagang tersebut, maka dari itu penting bagi pedagang kaki lima untuk memikirkan kembali bagaimana strategi dalam mengembangkan bisnisnya agar terus dapat diminati oleh masyarakat walaupun banyak pesaing diluar sana. Karena dari hasil wawancara awal bahwa mayoritas pedagang belum memahami bagaimana strategi bisnis yang seharusnya. Oleh karenanya peneliti terdorong untuk meneliti dan mengkajinya dengan maksud untuk membantu meningkatkan pendapatan bagi para Pedagang Kaki Lima di Alun-Alun Bondowoso.

Sejarah Pedagang Kaki Lima (PKL) di Alun-alun Bondowoso berawal sekitar tahun 2009 memang sudah disediakan stand oleh pihak pemerintah pada saat itu yakni Bapak Mas'ud selaku Bupati Bondowoso dan terbentuk juga paguyuban yang khusus untuk Pedagang Kaki Lima yang di pimpin oleh Bapak Buwang ang mana tujuan diadakannya paguyuban tersebut untuk membantu seluruh Pedagang Kaki Lima dari segala aspek baik menampung aspirasi, keamanan pedagang, dan agar para Pedagang Kaki Lima lebih terkoordinir.

Pada sekitar tahun 2017 terjadi relokasi Pedagang Kaki Lima oleh pemerintah, dimana Pedagang Kaki Lima tersebut akan direlokasi ke sekitar jembatan Kironggo. Akan tetapi relokasi yang dilakukan oleh pemerintah tersebut mendapat penolakan dari sejumlah mahasiswa yang ada di Bondowoso yang pada akhirnya relokasi tersebut batal dan para Pedagang Kaki Lima berpindah kembali ke sekitar Alun-alun Bondowoso. Pada saat relokasi PKL tersebut terjadi perpindahan kepemimpinan Pedagang Kaki Lima yang mana setelah peristiwa tersebut PKL diambil alih oleh Mbak Muji mulai tahun 2018 sampai sekarang.<sup>9</sup>

Berdasarkan uraian dalam pemaparan peneliti diatas, peneliti ingin menindaklanjuti lebih dalam yang berkaitan dengan bagaimana strategi pengembangan bisnis Pedagang Kaki Lima sehingga mampu bertahan dan mampu berkembang baik dari segi bisnis maupun kesejahteraan dalam kehidupannya.

---

<sup>9</sup> "Observasi dan Wawancara", 9 April 2023.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah ditulis sebelumnya, maka dalam penyusunan penelitian ini penulis terlebih dahulu merumuskan masalah sebagai dasar kajian penelitian yang di lakukan yaitu:

1. Bagaimana strategi bisnis pedagang kaki lima di Alun-Alun Bondowoso?
2. Apa saja faktor yang menghambat pedagang kaki lima di Alun-Alun Bondowoso dalam mengembangkan bisnis untuk meningkatkan pendapatan?
3. Bagaimana strategi pengembangan bisnis dalam meningkatkan pendapatan pada Pedagang kaki Lima di Alun-alun Bondowoso?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui strategi bisnis pedagang kaki lima di Alun-Alun Bondowoso.
2. Untuk mengetahui faktor yang menghambat pedagang kaki lima di Alun-Alun Bondowoso dalam mengembangkan bisnis untuk meningkatkan pendapatan.
3. Untuk mengetahui strategi pengembangan bisnis dalam meningkatkan pendapatan pada Pedagang kaki Lima di Alun-alun Bondowoso.

## **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini berisi tentang kontribusi apa yang akan diberikan kepada para pedagang kaki lima setelah selesai melakukan penelitian.

Kegunaan dapat berupa kegunaan yang bersifat teoritis dan kegunaan praktis, seperti kegunaan penulis, pedagang kaki lima, dan konsumen.

#### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan sumbangsih positif terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dibidang penjualan terutama terkait dengan strategi pengembangan kapabilitas produsen dalam meningkatkan pendapatan pedagang kaki lima di Alun-alun Bondowoso.

#### 2. Manfaat Praktis

##### a. Bagi peneliti

Sebagai sarana untuk mengaplikasikan teori-teori yang telah diperoleh semasa kuliah serta sebagai sarana untuk memperluas wawasan dalam menuangkan ide dalam suatu penelitian khususnya mengenai Strategi

Bisnis Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kaki Lima Di Alun-Alun Bondowoso.

##### b. Bagi Pedagang Kaki Lima

Hasil penelitian ini diharapkan bisa meberikan kontribusi untuk memberikan gambaran tentang Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kaki Lima Di Alun-Alun Bondowoso, sehingga dapat dengan mudah untuk mengembangkan pendapatan dari penjualannya.

c. Bagi Pembaca

Pembaca dapat memahami dan mengetahui apa yang telah penulis teliti yaitu mengenai Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kaki Lima Di Alun-Alun Bondowoso.

## E. Definisi Istilah

### 1. Strategi Pengembangan Bisnis

Dalam kamus bahasa Indonesia kata “pengembangan” secara etimologi yaitu proses atau cara, perbuatan mengembangkan. Secara istilah kata pengembangan menunjukkan pada suatu kegiatan menghasilkan suatu alat atau cara yang baru.<sup>10</sup> Menurut undang-undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2002 pengembangan adalah kegiatan ilmu pengetahuan dan teknologi yang bertujuan memanfaatkan kaidah dan teori ilmu pengetahuan yang telah terbukti kebenarannya untuk meningkatkan fungsi, manfaat dan aplikasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada, atau menghasilkan teknologi baru. Pengembangan secara umum berarti pola pertumbuhan, perubahan secara perlahan (*evolution*) dan perubahan secara bertahap.<sup>11</sup>

Strategi pengembangan bisnis yang di aplikasikan oleh para Pedagang Kaki Lima Di Alun-alun Bondowoso yaitu mereka selalu mang update dagangan mereka dengan cara mengikuti trend yang ada seperti makanan dan minuman yang sedang trend ataupun *topyng* yang lagi viral

<sup>10</sup> Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2007) 538.

<sup>11</sup> Marihot Tua Efendi Hariadja, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2002) 168.

sehingga membuat daya tarik tersendiri bagi makanan dan minuman yang mereka jual, begitu pula yang menjual acecoris dia selalu update barang dagangan dia.

## 2. Strategi Bisnis

Bisnis adalah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisir untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Bisnis merupakan suatu lembaga menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat.<sup>12</sup>

Strategi bisnis yang di gunakan para Pedagang Kaki Lima (PKL) Di Alun-alun Bondowoso sendiri yaitu mereka rata-rata lebih mengutamakan kualitas barang dagangannya, pelayanan yang ramah, dan promosi yang menarik.

## 3. Pendapatan

Pendapatan merupakan arus masuk harta dari kegiatan perusahaan menjual barang dan jasa dalam satu periode yang mengakibatkan kenaikan modal yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal.<sup>13</sup>

Pada paguyuban Pedagang Kaki Lima Di Alun-alun Bondowoso pendapatan para pedagang beraneka ragam mulai dari Rp.5.000.000 - Rp.50.000.000/bulan setelah di kalkulasi rata-rata pendapatan para semua Pedagang Kaki Lima Di Alun-alun Bondowoso yaitu sebesar

<sup>12</sup> Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: ALFABETA, 2009), 115.

<sup>13</sup> Nafarin, *Pengangguran Perekonomian Edisi Ketiga* (Jakarta: Salemba Empat, 2006), 15.

Rp.13.965.000.

Berbeda lagi semenjak Covid-19 kemarin rata-rata Pedagang Kaki Lima (PKL) di Alun-alun Bondowoso mengalami penurunan pada pendapatannya yaitu kisaran Rp.2.000.000 – Rp.30.000.000/bulan.

#### 4. Pedagang Kaki Lima

Pedagang kaki lima menurut ensiklopedia bebas berbahasa Indonesia adalah istilah untuk menyebut penjaja dagangan yang menggunakan gerobak. Kelima kaki tersebut adalah dua kaki pedagang ditambah tiga (kaki) gerobak (yang sebenarnya adalah tiga roda atau dua roda dan satu kaki). Dari beberapa pandangan tersebut dapat diambil satu benang merahnya bahwa yang dimaksud dengan pedagang kaki lima adalah mereka yang berjualan di tempat-tempat umum yang sifatnya tidak permanen, bermodal kecil dan dilakukan secara pribadi atau berkelompok.<sup>14</sup>

Di kabupaten Bondowoso sendiri lebih tepatnya di Alun-alun tempat para Pedagang Kaki Lima yang terdapat di satu paguyuban yakni ber anggotakan 109 pedagang, dari data tersebut terdapat 5 pedagang yang menjadi informan dalam penelitian ini.

#### F. Sistematika Pembahasan

Bab I : Merupakan pendahuluan, berisi: Konteks Penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah, dan sistematika pembahasan.

<sup>14</sup> Sarmita, I. M. dan Treman, I. W, “Studi Pedagang Kaki Lima Di Kawasan Nusa Dua Bali. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial*, 2020”, Vol 50.

Bab II : Kajian Teori, berisi: Kajian teori terkait dengan fokus penelitian sebagai dasar pijakan analisis dalam melakukan penelitian.

Bab III : Tentang jenis penelitian, kehadiran peneliti, lokasi penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, serta tahap-tahap penelitian.

Bab IV : Berisi paparan data (penyajian data sesuai dengan fokus penelitian), pembahasan (penafsiran atas data-data dan hasil analisis yang telah ditemukan dengan komposisi menggunakan prinsip fakta, teori, dan opini (FTO) sesuai dengan fokus penelitian)

Bab V : Penutup. Berisi Simpulan, saran saran



## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian terdahulu terkadang ada tema yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti walaupun arah dan tujuannya berbeda. Dari penelitian ini, maka peneliti menemukan beberapa sumber dan kajian lain yang telah lebih dulu membahas terkait strategi pengembangan bisnis dalam meningkatkan pendapat pedagang kaki lima di Alun-alun Bondowoso.

Beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan permasalahan-permasalahan ini adalah :

1. Kusnanto Darmawan, Sukma Indriana, Kurniawan Yunus Ariyono (2022) “Strategi Peningkatan Pendapatan Pedagang Kaki Lima Dimasa

Pandemi Covid-19”.<sup>15</sup> Adapun tujuan penelitian ini adalah yaitu mendeskripsikan kondisi pedagang kaki lima akibat pandemi Covid-19 yang ada di Alun-alun Lumajang, mendeskripsikan dan menganalisis strategi pedagang kaki lima di Alun-alun lumajang untuk dapat mempertahankan usahanya. Adapun penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian berupa studi kasus. Teknis sampling menggunakan purposive sampling. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan observasi. Uji keabsahan data dilakukan dengan triangulasi, yang selanjutnya dilakukan

---

<sup>15</sup> Kusnanto Darmawan, Sukma Indriana, Kurniawan Yunus Ariyono, “Strategi Peningkatan Pendapatan Pedagang Kaki Lima Dimasa Pandemi Covid-19”, *Jurnal Inovasi Penelitian* , Vol 2, No 9, 2022.

analisis dengan menggunakan analisis data model interaktif dan disajikan secara deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kondisi pedagang kaki lima yang ada di alun-alun lumajang akibat pandemi Covid-19 pada awalnya mengalami penurunan pendapatan yang sangat drastis, namun mereka berhasil bangkit dan mempertahankan usahanya meski pendapatan mereka tidak bisa kembali seperti semula. Strategi pedagang kaki lima di Alun-alun lumajang dalam mempertahankan usahanya di tengah pandemi Covid-19 diantaranya ditempuh dengan cara memperluas pangsa pasar dengan menggunakan media sosial, membuat program baru, serta melakukan kerja sama dengan pedagang kaki lima yang lain.

2. Eka Novita Sari, Faqih Purnomosidi (2022) “Strategi Pengembangan Kreativitas Pada Pedagang Kaki Lima Selama Masa Pandemi”.<sup>16</sup>

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan strategi bisnis pedagang kaki lima agar mampu mempertahankan kelangsungan hidupnya dalam usaha-usaha yang akan dilakukan pedagang kaki lima di masa pandemi Covid-19. Penelitian ini termasuk dalam penelitian kualitatif. Subjek penelitian ini berjumlah tujuh pedagang kaki lima di SD Karangasem. Dari hasil penelitian ini strategi pemasaran yang digunakan pedagang kaki lima di tengah pandemi Covid-19 yaitu dengan menggunakan media sosial antara lain instagram, facebook, whatsapp, telegram serta tergabung dalam usaha online seperti shopee, go-food, dan grapfood. Dengan

---

<sup>16</sup> Eka Novita Sari, Faqih Purnomosidi, “Strategi Pengembangan Kreativitas Pada Pedagang Kaki Lima Selama Masa Pandemi”, *Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan*, Vol 1, No 2, 2022.

menggunakan media sosial pembeli dan pedagang dengan mudahnya melakukan transaksi tanpa harus bersentuhan secara langsung. Maka dapat diuraikan bahwa strategi bertahan dapat berjalan sesuai dengan yang diharapkan dengan memperhatikan daya beli konsumen di masa pandemi covid-19.

3. Khaerun Nisa, Zainal Ruma, Muhammad Ichwan Musa (2022) “Analisis Strategi Dalam Upaya Mempertahankan Karyawan Antara Richisam Chicken Dengan Usaha Ayam Geprek PKL Pada Masa Pandemi Covid-19”.<sup>17</sup> Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi dalam mempertahankan karyawan pada masa pandemi Covid-19 oleh usaha UMKM Richisan Chicken dengan kaki lima dengan menggunakan metode Analisis SWOT dengan Pencocokan metode SWOT, kemudian dirangkum dalam matrikSWOT yang dikembangkan oleh kearns. Hasil penelitian menunjukkan 2 dari 5 strategi yang diterapkan tidak berhasil dalam mempertahankan karyawan. Hambatan yang dihadapi dalam menerapkan strategi tersebut yaitu karyawan itu sendiri yang ingin keluar karena pandemi Covid-19. Pedagang kaki lima tidak memiliki strategi khusus untuk mempertahankan karyawannya.
4. Tuwis Hariyani (2021) “Strategi Pedagang Kaki Lima Dalam Mempertahankan Usaha Di Tengah Covid-19”.<sup>18</sup> Adapun tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan kondisis Pedagang Kaki Lima

<sup>17</sup> Khaerun Nisa, Zainal Ruma, Muhammad Ichwan Musa, “Analisis Strategi Dalam Upaya Mempertahankan Karyawan Antara Richisam Chicken Dengan Usaha Ayam Geprek PKL Pada Masa Pandemi Covid-19”, *jurnal Pabean*, Vol 4, No 2, 2022.

<sup>18</sup> Tuwis Hariyani, “Strategi Pedagang Kaki Lima Dalam Mempertahankan Usaha Di Tengah Covid-19”, *Jurnal EKUIVALENSI*, Vol 7 No 1, 2021.

akiba pandemi Covid-19 dan mendeskripsikan dan menganalisis strategi Pedagang Kaki Lima di lapangan Desa Karangrejo dalam mempertahankan usahanya di tengah pandemi Covid-19. Adapun penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian berupa studi kasus. Teknik sampling menggunakan purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan observasi. Uji keabsahan data dilakukan dengan triangulasi, yang selanjutnya dilakukan analisis dengan menggunakan analisis data model interaktif dan disajikan secara deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kondisis pedagang kaki lima yang ada di lapangan desa Karangrejo akibat pandemi Covid-19 pada awalnya mengalami penurunan pendapatan yang sangat drastis, namun mereka berhasil bangkit dan mempertahankan usahanya meski pendapatan mereka tidak bisa kembali semula.

5. Syahfrillah Rizky Febrina (2021) “Strategi Penguatan Usaha Pedagang Kaki Lima Saat Pandemi Covid-19 Di Pasar Blimbing Kota Malang”.<sup>19</sup>

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Teknis yang di gunakan adalah analisis uji beda *paired sampel t-test* dan analisis deskriptif. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa hasil uji beda *paired sample t-test* adalah: (1) Terdapat perbedaan signifikan terhadap pendapatan pedagang kaki lima pada saat sebelum dan selama covid-19. (2) Terdapat perbedaan signifikan terhadap jam kerja pedagang kaki lima pada saat

---

<sup>19</sup> Syahfrillah Rizky Febrina, “Strategi Penguatan Usaha Pedagang Kaki Lima Saat Pandemi Covid-19 Di Pasar Blimbing Kota Malang”, *Tesis Universitas Muhammadiyah Malang*, 2022.

sebelum dan selama Covid-19. (3) Terdapat perbedaan signifikan terhadap modal belanja pedagang kaki lima pada saat sebelum dan selama Covid-19. Strategi penguatan usaha yang dilakukan pedagang kaki lima adalah dengan menambah pemasaran melalui pesan antar, menambah pemasaran *e-commerce*, menambah jam kerja dan melakukan kerja sama dengan pelaku usaha lain.

6. Sulton Auliak (2021) “Strategi Usaha Pedagang Kaki Lima Dalam Mempertahankan Usaha Di Pasar Jogorogo Kabupaten Ngawi”.<sup>20</sup> Jenis penelitian ini analisa deskriptif kualitatif yaitu menganalisa data-data berdasarkan persamaan jenis dari data tersebut, kemudian diuraikan antara satu data dengan data yang lainnya sehingga diperoleh gambaran umum yang utuh tentang masalah yang diteliti. Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi usaha pedagang kaki lima di pasar jogorogo, strategi menjual barang oleh pedagang kaki lima di pasar jogorogo. Penelitian ini bertujuan untuk melihat usaha pedagang kaki lima dalam mempertahankan usaha di pasar jogorogo kabupaten Ngawi. Hasil dari penelitian ini yaitu pertama kali pedagang melihat lokasi, apakah lokasi yang cocok untuk berjualan barang yang akan di perjual belikan atau tidak, kedua dalam menentukan strategi berjualan pedagang dengan cara mengobrol barang dagangannya agar cepat habis dan balik modal. Strategi dalam memilih tempat yang cocok digunakan dalam berjualan yaitu di pinggir jalan. Strategi dalam meningkatkan usaha

---

<sup>20</sup> Sulton Auliak, “Strategi Usaha Pedagang Kaki Lima Dalam Mempertahankan Usaha Di Pasar Jogorogo Kabupaten Ngawi”, *Tesis IAIN Ponorogo*, 2021.

dengan cara menambahkan jumlah barang dagangan dan jenis barang dagangan.

7. Hanna Zulhijjah Yanti, Kintan Ayu Agnes Safira, Leonita Lisha Saputri, Erwin Permana (2021) “Strategi Mempertahankan Usaha Pedagang Kaki Lima (PKL) Di Masa Pandemi Covid-19”.<sup>21</sup> Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan strategi bisnis pedagang kaki lima agar mampu mempertahankan kelangsungan hidupnya dalam usaha-usaha yang akan dilakukan pedagang kaki lima di masa pandemi Covid-19. Penelitian ini termasuk dalam penelitian kualitatif. Dari hasil penelitian strategi pemasaran yang digunakan pedagang kaki lima di tengah pandemi Covid-19 yaitu dengan menggunakan media sosial antara lain facebook, instagram, whatsapp, telegram, serta tergabung dalam usaha online seperti *shopee*, *go-food* dan *grap-food*. Dengan menggunakan media sosial pembeli dan pedagang dengan mudahnya melakukan transaksi tanpa harus bersentuhan, maka dapat diuraikan bahwa strategi bertahan dapat berjalan sesuai dengan yang di harapkan dengan memperhatikan daya beli konsumen di masa pandemi Covid-19 ini.
8. Isty Evrilia Rahayu (2020) “Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kaki Lima Di Alun-alun Ponorogo”.<sup>22</sup> Penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field reseacrch*) dengan tujuan untuk memperoleh data yang lebih akurat mengenai strategi

<sup>21</sup> Hanna Zulhijjah Yanti, Kintan Ayu Agnes Safira, Leonita Lisha Saputri, Erwin Permana, “Strategi Mempertahankan Usaha Pedagang Kaki Lima (PKL) Di Masa Pandemi Covid-19”, *Jurnal Inovasi*, Vol 8 No 1, 2021.

<sup>22</sup> Isty Evrilia Rahayu, “Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kaki Lima Di Alunalun Ponorogo”, *Tesis IAIN Ponorogo*, 2020.

bisnis yang dilakukan pedagang kaki lima di Alun-alun Ponorogo. Selain itu juga digunakan analisis SWOT guna memperoleh strategi yang tepat untuk diterapkan kedepannya. Sedangkan pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Dan teknik pengumpulan data yang digunakan menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa saat ini tingkat keramaian dan eksistensi dari Alun-alun Ponorogo semakin berkurang sehingga seringkali Alun-alun Ponorogo sangat sepi jika di bandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya.

9. Ahmad Rojali (2019) “Strategi Pengembangan Usaha Kuliner Pedagang Kaki Lima Pada Pajak Inpres Pasar 3 Kecamatan Denai”.<sup>23</sup> Penelitian bertujuan untuk mengetahui kendala dalam pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Serta untuk mengetahui proses pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Metode penelitian yang digunakan melalui pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode analisis SWOT dan Analisis Deskriptif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder, teknik pengumpulan data dengan melakukan observasi dan wawancara. Data yang diperoleh dari hasil pengumpulan data kemudian di analisis menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bagi Pedagang Kaki Lima Pajak Inpres Pasar 3 Kecamatan Medan Denai.

---

<sup>23</sup> Ahmad Rojali, “Strategi Pengembangan Usaha Kuliner Pedagang Kaki Lima Pada Pajak Inpres Pasar 3 Kecamatan Denai”, *Skripsi UIN Sumatera Utara*, 2019

10. Wa Ode Herlina, Makmur Kambolong, Sitti Hairani Idrus (2018)

“Strategi Pengembangan Usaha Sektor Informal Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kaki Lima Di Kecamatan Kambu Kota Kendari”.<sup>24</sup>

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dimana dalam penelitian yang dilakukan bersifat deskriptif yaitu untuk mengetahui atau menggambarkan kenyataan dari kejadian yang diteliti. Proses analisis data dilakukan secara terus menerus dimulai dengan menelaah data yang tersedia dari berbagai sumber yaitu dari wawancara, pengamatan yang dituliskan dalam catatan lapangan, dokumen dan sebagainya sampai dengan penarikan kesimpulan. Adapun hasil penelitian bahwa dalam strategi pengembangan usaha sektor informal dalam meningkatkan pendapatan pedagang kaki lima di Kecamatan Kambu Kota Kendari sudah baik dimana dari dua cara yang terapkan dapat tercapai dengan baik yaitu perluasan skala usaha dan perluasan cangkupan usaha.

**Tabel 2.1**  
**Mapping Penelitian Terdahulu**

No.	Nama (Tahun)	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Kusnanto Darmawan, Sukma Indriana, Kurniawan Yunus Ariyono (2022)	Strategi Peningkatan Pendapatan Pedagang Kaki Lima Dimasa Pandemi Covid-19	Sama-sama membahas tentang strategi dalam mengembangkan sebuah usaha yang dilakukan oleh pedagang	Perbedaannya dalam strategi peningkatan menggunakan metode dan juga dalam metode yang dipakai yakni studi kasus

<sup>24</sup> Wa Ode Herlina, Makmur Kambolong, Sitti Hairani Idrus, “Strategi Pengembangan Usaha Sektor Informal Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kaki Lima Di Kecamatan Kambu Kota Kendari”, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol 3 No 1, 2018.

No.	Nama (Tahun)	Judul	Persamaan	Perbedaan
			kaki lima	sedangkan peneliti menggunakan penilitan deskriptif
2.	Eka Novita Sari, Faqih Purnomosidi (2022)	Strategi Pengembangan Kreativitas Pada Pedagang Kaki Lima Selama Masa Pandemi	Sama-sama membahas tentang stragei pengembangan sebuah bisnis	Perbedaannya dalam strategi yang di bahas oleh peneliti perihal strategi peningkatan sedangkan dalam judul ini strategi pengembangan kreativitas pedagang
3.	Khaerun Nisa, Zainal Ruma, Muhammad Ichwan Musa (2022)	Analisis Strategi Dalam Upaya Mempertahankan Karyawan Antara Richisam Chicken Dengan Usaha Ayam Geprek PKL Pada Masa Pandemi Covid-19	Sama-sama membahas tentang pedagang kaki lima	Perbedaan tersebut lebih membahas tentang mempertahankan karyawan
4.	Tuwis Hariyani (2021)	Strategi Pedagang Kaki Lima Dalam Mempertahankan Usaha Di Tengah Cvid-19	sama-sama membahas tentang strategi pedagang dalam bisnis	Perbedaannya terletak pada rumusan masalah yang di angkat karena dalam judul tersebut lebih membahas tentang strategi mempertahankan
	Syahfrillah Rizky Febrina	Strategi Penguatan	Sama-sama membahas	Perbedaannya terletak pada

No.	Nama (Tahun)	Judul	Persamaan	Perbedaan
5.	(2021)	Usaha Pedagang Kaki Lima Saat Pandemi Covid-19 Di Pasar Blimbing Kota Malang	tentang pedagang kaki lima dalam mengembangkan usaha	waktu yakni waktu yang dilakukan oleh peneliti sesudah masa pandemi
6.	Sulton Auliak (2021)	Strategi Usaha Pedagang Kaki Lima Dalam Mempertahankan Usaha Di Pasar Jogorogo Kabupaten Ngawi	Sama-sama membahas tentang strategi dalam pedagang kaki lima dalam mempertahankan pendapatan	Perbedaannya terletak pada rumusan masalah yang diangkat oleh peneliti tentang strategi usaha dan juga strategi meningkatkan
7.	Hanna Zulhijah Yanti, Kintan Ayu Agnes Safira, Leonita Lisha Saputri, Erwin Permana (2021)	Strategi Mempertahankan Usaha Pedagang Kaki Lima (PKL) Di Masa Pandemi Covid-19	Sama-sama membahas tentang strategi dalam mempertahankan pendapatan	Perbedaannya terletak pada judul yakni strategi dalam meningkatkan dan strategi mempertahankan
8.	Isty Evrilia Rahayu (2020)	Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kaki Lima Di Alun-alun Ponorogo	Sama-sama membahas tentang strategi bisnis di pedagang kaki lima	Perbedaannya terletak dalam pada tempat penelitian dengan permasalahan yang berbeda
9.	Ahmad Rojali (2019)	Strategi Pengembangan Usaha Kuliner Pedagang Kaki Lima Pada Pajak Inpres Pasar 3 Kecamatan Denai	Sama-sama membahas tentang strategi dalam sebuah bisnis pedagang kaki lima	Perbedaannya terletak pada pembahasan variabel kedua yakni pajak inpres pada pedagang kaki lima
10.	Wa Ode Herlina, Makmur Kambolong, Sitti Hairani	Strategi Pengembangan Usaha Sektor Informal Dalam Meningkatkan	Sama-sama membahas tentang strategi dalam meningkatkan	Perbedaannya terletak pada usaha yang dibahas yakni sektor informal

No.	Nama (Tahun)	Judul	Persamaan	Perbedaan
	Idrus (2018)	Pendapatan Pedagang Kaki Lima Di Kecamatan kambu Kota Kendari	pendapatan di pedagang kaki lima	

Sumber: Penelitian Terdahulu Yang Telah Diolah

## B. Kajian Teori

### 1. Strategi Pengembangan Bisnis

#### a. Pengertian Pengembangan

Dalam kamus bahasa Indonesia kata “pengembangan” secara etimologi yaitu proses atau cara, perbuatan mengembangkan. Secara istilah kata pengembangan menunjukkan pada suatu kegiatan menghasilkan suatu alat atau cara yang baru.<sup>25</sup> Menurut UU Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2002 pengembangan adalah kegiatan ilmu pengetahuan dan teknologi yang bertujuan memanfaatkan kaidah dan teori ilmu pengetahuan yang telah terbukti kebenarannya untuk meningkatkan fungsi, manfaat dan aplikasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada, atau menghasilkan teknologi baru. Pengembangan secara umum berarti pola pertumbuhan, perubahan secara perlahan (*evolution*) dan perubahan secara bertahap.<sup>26</sup>

Definisi pengembangan menurut beberapa ahli ialah sebagai berikut:

<sup>25</sup> Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2007) 538.

<sup>26</sup> Marihot Tua Efendi Hariadja, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2002) 168.

- 1) Menurut Mangkuprawira menyatakan bahwa pengembangan merupakan upaya meningkatkan pengetahuan yang mungkin digunakan segera atau sering untuk kepentingan di masa depan.
- 2) Menurut Hafsah pengembangan adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat melalui pemberian bimbingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi usaha yang tangguh dan mandiri.
- 3) Menurut Hughes dan Kapoor pengembangan usaha adalah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang atau jasa untuk mendapatkan keuntungan.
- 4) Menurut Mussleman dan Jackson pengembangan usaha adalah suatu aktivitas yang memenuhi kebutuhan dan keinginan ekonomis masyarakat dan perusahaan di organisasikan untuk terlibat dalam aktivitas tersebut.<sup>27</sup>

Berdasarkan dari beberapa pengertian pengembangan diatas, maka penulis menyimpulkan bahwa pengembangan adalah setiap usaha memperbaiki pelaksanaan pekerjaan yang sekarang maupun yang akan datang, dengan memperbaiki informasi yang mempengaruhi sikap-sikap atau menambah kecakapan.

---

<sup>27</sup> Ibid, Hal 9.

a) Pengertian Strategi Pengembangan

Strategi pengembangan adalah pilihan tentang apa yang ingin dicapai oleh organisasi di masa depan dan bagaimana cara mencapai keadaan yang diinginkan tersebut. Pandangan ini melihat strategi, bukan sebagai konsep *fit and match* (kecocokan dan kesepadanan), melainkan konsep *stretch* (pemuaian). Pandangan ini menganggap strategi adalah “permainan aspirasi”. Penciptaan kesenjangan antara yang ada dan yang diharapkan, atau yang menjadi aspirasi harus terus menerus dilakukan. Manajemen strategi adalah seni dan ilmu untuk formulasi implementasi dan evaluasi keputusan- keputusan yang bersifat lintas fungsioanal, yang digunakan sebagai panduan tindakan bagi fungsi SDM, pemasaran, keuangan, produksi, dan lain-lain agar organisasi dapat mencapai tujuannya.

Kotler mengemukakan bahwa strategi adalah suatu proses sosial atau menejerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Pengertian tersebut menunjukkan bahwa strategi pemasaran mengandung aspek sosial baik secara individu maupun berkelompok untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya, akibat adanya kebutuhan dan keinginan tersebut maka terciptalah suatu interaksi yang disebut transaksi pertukaran

barang dan jasa. Tujuannya adalah bagaimana memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen baik terhadap individu maupun kelompok.<sup>28</sup>

Secara konseptual strategi pengembangan dalam konteks industri adalah upaya untuk melakukan analisis terhadap kondisi pasar, baik internal yang meliputi kelemahan dan kekuatan dan kondisi pasar eksternal yaitu peluang dan ancaman yang akan dihadapi, kemudian diambil alternatif untuk menentukan strategi yang harus dilakukan. Analisis pasar internal merupakan suatu proses untuk menilai faktor-faktor keunggulan strategis perusahaan/organisasi untuk menentukan dimana letak kekuatan dan kelemahannya, sehingga penyusunan strategi dapat dimanfaatkan secara efektif, kesempatan pasar dan menghadapi hambatannya, mengembangkan profil sumber daya dan keunggulan, membandingkan profil tersebut dengan kunci sukses, dan mengidentifikasi kekuatan utama dimana industry dapat membangun strategi untuk mengeksploitasi peluang dan meminimalkan kelemahan dan mencegah kegagalan.

Jadi, dapat penulis simpulkan bahwa strategi pengembangan adalah upaya mengembangkan dan mempertahankan kesesuaian yang layak antara sasaran dan sumber daya perusahaan dengan peluang-peluang pasar yang

---

<sup>28</sup> Phillip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas*, (Jakarta: Prehallindo, 2008), 17.

selalu berubah. Tujuan perencanaan strategi adalah terus menerus mempertajam bisnis dan produk perusahaan sehingga keduanya berpadu menghasilkan laba dan pertumbuhan yang memuaskan.

b. Jenis-jenis Strategi Pengembangan

Sebagaimana dikutip oleh Husein Umar “*Strategic in action*”. Menurut Fred R. David, strategi dapat dikelompokkan atas empat kelompok strategi, yaitu:<sup>29</sup>

1) Strategi Integrasi Vertikal (*Vertical Integration Strategy*).

Strategi ini menghendaki agar perusahaan melakukan pengawasan yang lebih terhadap distributor, pemasok, dan atau para pesaingnya, misalnya melalui merger, akuisisi atau membuat perusahaan sendiri.

2) Strategi Intensif (*Intensive Strategy*).

Strategi ini memerlukan usaha-usaha yang intensif untuk meningkatkan posisi persaingan perusahaan melalui produk yang ada.

3) Strategi Diversifikasi (*Divesification Strategy*).

Strategi ini dimaksudkan untuk menambah produk-produk baru. Strategi ini makin kurang populer, paling tidak ditinjau dari sisi tingginya tingkat kesulitan manajemen dalam mengendalikan aktivitas perusahaan yang berbeda-beda.

<sup>29</sup> Husein Umar, *Strategic Management in Action*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001) 35.

4) Strategi Bertahan (*Defensive Strategy*).

Strategi ini bermaksud agar perusahaan melakukan tindakan-tindakan penyelamatan agar terlepas dari kerugian yang lebih besar, yang pada akhirnya adalah kebangkrutan.

c. Unsur-unsur Strategi Pengembangan

Adapun unsur-unsur utama pengembangan dapat diklasifikasikan menjadi dua unsur utama, yaitu<sup>30</sup> :

1) Unsur Internal Unsur strategi persaingan dapat dikelompokkan menjadi tiga, yaitu:

a) Adanya niat dari si pengusaha atau wirausaha untuk mengembangkan usahanya menjadi lebih besar.

b) Mengetahui teknik memproduksi barang seperti berapa banyak barang yang harus di produksi, dan cara yang harus digunakan untuk mengembangkan barang atau produk dan lain-lain.

c) Membuat anggaran yang bertujuan seberapa besar pemasukan dan pengeluaran produk.

2) Unsur Eksternal Terdapat dua unsur teknik pemasaran, yaitu:<sup>31</sup>

a) Mengikuti perkembangan informasi dari luar usaha.

b) Mendapatkan dana tidak hanya mengandalkan dari dalam seperti meminjam dari luar.

c) Mengetahui kondisi lingkungan sekitar yang baik.

<sup>30</sup> Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka utama, 2008) 49.

<sup>31</sup> Ibid, Hal 5.

d) Harga dan kualitas ialah unsur strategi yang paling umum ditemui. Strategi ini bisa digunakan untuk menghasilkan produk atau jasa berkualitas prima dan harga yang sesuai atau menghasilkan barang yang berbiaya rendah dan menjualnya dengan harga yang murah pula.

d. Pengertian Strategi bisnis

Bisnis merupakan kata yang populer dalam kehidupan sehari-hari. Setiap harinya jutaan umat manusia melakukan kegiatan bisnis ada yang sebagai produsen, distributor maupun konsumen.<sup>32</sup>

Bisnis menurut Hughes dan Kapoor ialah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisir untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Menurut Brown dan Patrello bisnis merupakan suatu

lembaga menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat.<sup>33</sup>

Istilah bisnis pada umumnya ditekankan pada tiga hal yaitu:<sup>34</sup>

- 1) Usaha perseorangan kecil-kecilan.
- 2) Usaha perusahaan besar seperti pabrik, transport, hotel, perkantoran dan sebagainya.
- 3) Usaha dalam bidang struktur ekonomi suatu Negara Jadi secara ringkas dapat dinyatakan bahwa bisnis. Ialah suatu lembaga

<sup>32</sup> Buchari Alma dan Donni juni priansa, *Manajemen Bisnis Syariah* (Bandung: ALFABETA, 2009), 115.

<sup>33</sup> Ibid.

<sup>34</sup> Ibid 116.

yang menghasilkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan orang lain.

Untuk memulai bisnis seorang pedagang atau wirausahawan perlu memikirkan secara matang hal-hal apa saja yang akan dan perlu dilakukan. Manajemen adalah ilmu tentang perencanaan, pengontrolan dalam rangka sebuah tujuan yang efektif dan efisien.<sup>35</sup> Menurut Sondang P. Siagian strategi adalah cara terbaik untuk mempergunakan dana, daya dan tenaga yang tersedia sesuai tuntutan. Menurut Handito joewono strategi adalah sistematika berfikir, penyusunan rencana, kesigapan melangkah, keberanian mengambil resiko dan gairah untuk memenangkan pertandingan dan mencapai tujuan.<sup>36</sup>

Perencanaan yang matang dan strategi yang baik merupakan langkah awal agar terciptanya bisnis yang baik dan mampu bersaing ditengah gencarnya persaingan bisnis saat ini. Untuk memperoleh hasil yang maksimal wirausahaan perlu mengetahui bagaimana cara menjalankan bisnis dengan baik, diantaranya:<sup>37</sup>

- 1) Ketrampilan melihat peluang usaha yang ada disekitar.
- 2) Kesiediaan dan keberanian menanggung risiko bisnis yang mungkin terjadi.
- 3) Pemahaman dasar tentang model bisnis, harus tahu bagaimana model bisnis kita agar dapat menjalankan dengan baik.

<sup>35</sup> Najamuddin Muhammad, *Cara Dagang Ala Rasulullah Untuk Para Enterpreneur* (Jogjakarta: DIVA Press, 2013). 81.

<sup>36</sup> Hadito Joewono, *Strategy Manajement* (Jakarta: Arrbey, 2012), 3.

<sup>37</sup> Veithzal Rivai, dkk., *Islamic Business and Economic Ethics* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), 294-295.

- 4) Aktif menjaga reputasi bisnis yang telah berjalan.
- 5) Mengembangkan jaringan sebagai pendukung kelangsungan bisnis.

e. Strategi Bisnis Dalam Islam

Syariah Islam telah mengatur dan membimbing manusia di seluruh aspek kehidupan. Termasuk kaitannya dalam hal bisnis, karena pada dasarnya bisnis bagian dari aspek kehidupan manusia maka tentunya telah diatur dalam koridor syariah.

Konsep bisnis berdasarkan syariah seyogyanya diimplementasikan dengan usaha-usaha yang kaffah (menyeluruh atau komprehensif) dan ihsan (professional dan bijaksana), mengupayakan keseimbangan antara nilai-nilai keduniaan dan ukhrowi atau akhirat, selain itu harus menghindari perilaku menzalimi. Tujuannya adalah tercapainya al-falaah (keberhasilan, kesuksesan dan kemenangan), mampu bersaing dan hayatan thayyiban (kehidupan yang baik, maslahat, dan sejahtera) bagi seluruh lingkungannya.<sup>38</sup>

f. Indikator Pengembangan Bisnis

Adapun Indikator Pengembangan Bisnis yakni sebagai berikut:

1) Pengembangan Produk

Selera konsumen terus berubah karena itu pengembangan produk perlu dilakukan supaya produk/jasa yang kita jual disukai

<sup>38</sup> Riyanto Sofyan, *Bisnis Syariah Mengapa Tidak?* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2011), 116-118.

oleh konsumen. Pengembangan produk/jasa adalah suatu aktivitas untuk memperbaiki atau memodifikasi produk atau jasa menjadi lebih inovatif. Pengembangan produk adalah produk baru meliputi orisinil, produk yang disempurnakan, produk yang dimodifikasi dan merk baru yang dikembangkan melalui usaha riset dan pengembangan. Faktor-faktor yang mendorong perusahaan melakukan pengembangan produk adalah:<sup>39</sup>

a) Perkembangan teknologi

Perkembangan teknologi dapat menjadi sarana bisnis untuk melakukan mengembangkan produk menjadi lebih berkualitas, cepat dalam pengerjaan dan lebih efisien bahkan lebih inovatif.

b) Perubahan selera konsumen

Selera konsumen akan mempengaruhi laris tidaknya produk yang dijual. Jika selera konsumen berubah maka kepekaan dari pelaku usaha sangat menentukan penyesuaian produk sesuai selera konsumen. Perubahan ini dipengaruhi oleh tingkat pendapatan, tingkat perkembangan penduduk, tingkat pendidikan, serta kesetiaan konsumen terhadap produk yang bersangkutan.

c) Persaingan

Persaingan menjadi salah satu alasan kuat untuk melakukan pengembangan produk agar dapat menyaingi produksi pesaing.

---

<sup>39</sup> Kotler, Philip dan Keller, Kevin, Manajemen Pemasaran, (Jakarta: Prenhallindo, 2008)

d) Adanya kapasitas mesin berlebih

Dengan meningkatkan kapasitas mesin-mesin yang dimiliki perusahaan, maka perusahaan berusaha untuk menggunakan kelebihan kapasitas tersebut untuk membuat produk.

e) Siklus hidup produk yang pendek

Siklus hidup produk yang pendek mendorong perusahaan untuk terus mengembangkan produknya, sehingga konsumen tidak bosan dengan produk-produk yang diproduksi perusahaan.

f) Adanya keinginan untuk meningkatkan laba

Setiap bisnis bertujuan agar dapat memperkuat posisi produknya di pasar dan untuk memperluas pasar perlu ada pengembangan produk.

Terdapat 3 strategi yang dapat digunakan mengembangkan produk yaitu:<sup>40</sup>

a) Strategi peningkatan kualitas bertujuan untuk meningkatkan kinerja fungsional produk, daya tahan, keandalan, kecepatan dan rasa.

b) Strategi peningkatan keistimewaan bertujuan untuk menambah keistimewaan baru (ukuran, berat, bahan, kelengkapan tambahan, aksesoris) yang memluas keanekaragaman, keamanan atau kenyamanan produk.

<sup>40</sup> Isty Evrilia Rahayu, *Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kaki Lima Di Alun-Alun Ponorogo*, IAIN Ponorogo, 2020

- c) Strategi peningkatan gaya bertujuan untuk meningkatkan daya tarik estetis suatu produk, seperti variasi warna, tekstur dan sering merubah gaya kemasan.

## 2) Pengembangan Pasar

Pengembangan pasar adalah suatu upaya memperluas pasar dengan cara memperkenalkan produk atau jasa ke wilayah geografis yang baru. Kapan pengembangan pasar dapat menjadi sebuah strategi yang sangat efektif.

Ada beberapa hal yang dapat dilakukan dalam pengembangan pasar yaitu mengembangkan pasar dari sisi produk, sistem penjualan, strategi integrasi dan dengan cara sinergisme:<sup>41</sup>

- a) Mengembangkan pasar dari sisi produknya dapat dilakukan dengan cara:

- (1) Memperbesar variasi produk.
- (2) Melalui kategori produk
- (3) Berdasarkan lini produk dengan bahan herbal
- (4) Berdasarkan fungsinya
- (5) Menentukan produk baru dengan pasar yang baru.

- b) Mengembangkan pasar dari sisi sistem penjualannya

- (1) Mengembangkan sistem distribusi penjualan kedalam dengan cara membuka cabang baru, membuka outlet, agen, atau sejenisnya atas dana sendiri dan membuka jalur

<sup>41</sup> Ahmad Zainur Rozikin, *Strategi Pengembangan Usaha Pakan Kelinci Untuk meningkatkan Pendapatan*, IAIN Ponorogo, 2022

distribusi sendiri. Pengembangan juga dapat dilakukan melalui kerja sama dengan pihak lain seperti kerja sama dalam hal distribusi dengan perusahaan lain, mencari agen penjualan di kotakota besar, *joint venture* atau kerja sama permodalan membuat distributor dalam meningkatkan penjualan.

- (2) Mengembangkan sistem jaringan pemasaran dengan pihak lain, antara lain membuat jaringan pemasaran secara berjenjang seperti multi level marketing. Pengembangan lainnya dengan membuat, menyusun, merencanakan sistem franchising dengan menjual jaringan, standar operasional, merek produk, perusahaan, popularitas, dan lain-lain. Pengembangan dengan cara sub-kontraktor sebagian dan seluruh proses pemasaran.

- (3) Mengembangkan pasar dengan menggabungkan bisnis yang lain dalam satu industri.

- c) Mengembangkan pasar dengan strategi integrasi (penyatuan).

Hal ini dapat dilakukan dengan cara:

- (1) Integrasi vertikal (hulu ke hilir dari *flow industry*):

Penyatuan integrasi vertikal dengan cara membeli perusahaan kedalam (pemasok, konsultan, produsen, dan lain-lain) atau membeli perusahaan keluar arah konsumen (*distributor, wholeseller, agen, outlet*, dan lain-lain).

(2) Integrasi horizontal (antarproduk, antarkategori). Penyatuan integrasi perusahaan-perusahaan yang produknya tidak sama tetapi menunjang kesuksesan bisnisnya.

d) Mengembangkan pasar dengan sinergisme Melakukan pengembangan pasar dengan cara mengadakan perjanjian kerja sama antara dua perusahaan yang berbeda pasar dengan tujuan tukar pasar dan memperkuat satu sama lainnya karena keduanya mempunyai keistimewaan. Perusahaan yang satu ingin memasarkan produknya kepasar dan perusahaan yang lainnya ingin menambah calon pelanggan.

### 3) Pengembangan Organisasi

Pengembangan organisasi adalah serangkaian kegiatan penyempurnaan tujuan dan nilai-nilai organisasi, fungsi-fungsi

organisasi termasuk struktur organisasi agar organisasi bisnis lebih adaptif terhadap tuntutan lingkungan bisnis, bekerja lebih efisien dan efektif sehingga kinerja bisnis meningkat. Inti dari pengembangan organisasi adalah penyesuaian dan penyempurnaan seluruh sistem organisasi oleh karena itu penyesuaian dan penyempurnaan yang pertama adalah merumuskan kembali tujuan dan nilai-nilai organisasi termasuk struktur organisasi kemudian melakukan penyesuaian dan penyempurnaan pada fungsi-fungsi organisasi seperti produksi, pemasaran, keuangan dan sumber daya manusia.

## 2. Pengertian Pendapatan

Pendapatan adalah total penerimaan yang dimiliki suatu unit usaha yang diperoleh dari hasil penjualan output.<sup>42</sup> Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia arti dari pendapatan adalah hasil kerja usaha dan sebagainya yang digunakan untuk kebutuhan makan, tempat tinggal, pajak dan sebagainya.<sup>43</sup> Menurut Nafarin pendapatan adalah arus masuk harta dari kegiatan perusahaan menjual barang dan jasa dalam satu periode yang mengakibatkan kenaikan modal yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal.<sup>44</sup>

Pendapatan atau juga disebut *income* dari seorang warga masyarakat adalah hasil penjualannya dari faktor-faktor produksi yang dimilikinya pada sektor produksi. Dan sektor produksi ini membeli faktor-faktor produksi tersebut untuk digunakan sebagai input proses produksi dipasar faktor produksi dengan harga yang berlaku dipasar faktor produksi. Harga faktor produksi dipasar faktor produksi (seperti halnya juga untuk barang-barang dipasar barang) ditentukan oleh tarik menarik, antara penawaran dan permintaan.<sup>45</sup>

### a. Kategori Pendapatan

Pendapatan terbagi dalam enam kategori yakni:<sup>46</sup>

- 1) Upah atau gaji adalah balas jasa untuk pekerjaan yang

<sup>42</sup> John J. Wild, *Analisis Laporan Keuangan* (Jakarta: Salemba Empat, 2003), 311.

<sup>43</sup> Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Kedua*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1989), 551.

<sup>44</sup> Nafarin, *Pengangguran Perekonomian Edisi Ketiga* (Jakarta: Salemba Empat, 2006), 15.

<sup>45</sup> Sadono Sukirno, *Pengantar Mikro Ekonomi* (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 1994), 64.

<sup>46</sup> Gilarso, *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro* (Yogyakarta: Kansius, 1998), 380.

dilaksanakan dalam hubungan kerja dengan orang atau instansi lain (sebagai karyawan yang dibayar).

- 2) Laba usaha sendiri adalah balas karya untuk pekerjaan yang dilakukan sebagai pengusaha, yaitu mengorganisir produksi, mengambil keputusan tentang kombinasi faktor produksi serta menanggung resikonya sendiri entah sebagai petani, buruh, maupun pedagang dan sebagainya.
- 3) Laba Perusahaan (*Perseroan*) adalah laba yang diterima atau diperoleh perusahaan yang berbentuk atau badan hukum.
- 4) Sewa adalah jasa yang diterima oleh pemilik atas penggunaan hartanya seperti tanah, rumah atau barang-barang tahan lama.
- 5) Penghasilan campuran (*Mixed Income*) adalah penghasilan yang diperoleh dari usaha seperti: petani, tukang, warungan, pengusaha kecil, dan sebagainya disebut bukan laba, melainkan terdiri dari berbagai kombinasi unsur-unsur pendapatan:
  - (a) Sebagian merupakan upah untuk tenaga kerja sendiri.
  - (b) Sebagian berupa sewa untuk tanah atau alat produksi yang dimiliki sendiri.
  - (c) Sebagian merupakan bunga atas modalnya sendiri.
  - (d) Sisanya berupa laba untuk usaha sendiri.
- 6) Bunga adalah balas jasa untuk pemakaian faktor produksi uang. Besarnya balas jasa ini biasanya dihitung sebagai persen (%) dari modal dan disebut tingkat atau dasar bunga (*rate off*).

b. Usaha-usaha Peningkatan Pendapatan<sup>47</sup>

Pada umumnya manusia merasakan bahwa penghasilan atau pendapatan yang diterima saat ini masih kurang dan menjadi masalah yang tidak akan pernah terselesaikan. Secara umum dapat diterangkan bahwa usaha untuk dapat meningkatkan penghasilan dapat digunakan beberapa cara antara lain:<sup>48</sup>

- 1) Pemanfaatan waktu luang.
- 2) Individu mampu memanfaatkan waktu luang yang tersisa dari pekerjaan yang telah dilakukan sebelumnya menjadi kesempatan yang baru untuk menambah penghasilan.
- 3) Melakukan kreatifitas dan inovasi.
- 4) Individu harus mampu berfikir kreatif dan inovatif menciptakan terobosan-terobosan yang berarti untuk dapat mencapai kebutuhan yang dirasakan masih kurang.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

---

<sup>47</sup> Gilarso, *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro* (Yogyakarta: Kansius, 1998), 380.

<sup>48</sup> M. Ridwan, dkk, *Pengantar Ekonomi Mikro & Makro Islam* (Bandung: Cipta Pustaka Media, 2013), 89.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif, artinya penelitian ini dilakukan dengan maksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya tingkah laku, cara pandang. Penelitian ini bersifat dekriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat diperoleh dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran).<sup>49</sup> Penelitian kualitatif secara umum dapat digunakan untuk penelitian tentang kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, fungsionalisasi organisasi, aktivitas sosial, dan lain-lain.

Jenis data yang digunakan penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yang mana kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja panca indra mata serta dibantu dengan panca indera telinga.<sup>50</sup> Pada penelitian ini peneliti melakukan penelitian lapangan dalam memperoleh data mengenai Strategi Pengembangan Bisnis Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kaki Lima.

---

<sup>49</sup> Anselm Strauss & Juliet Corbin, *Dasar-dasar Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta, Pustaka Kita, 2003), 23.

<sup>50</sup> Dedy Mulyana, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), 42.

## B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian menunjukkan dimana penelitian tersebut hendak dilakukan. Dalam penelitian ini peneliti mrngambil lokasi di Alun-alun Raden Bagus Asra (RBA) Ki Ronggo, Bondowoso yang bertepatan di Kauman Kota Kulon Kecamatan Bondowoso Kabupaten Bondowoso Jawa Timur. Lokasi tersebut di pilih di antaranya:

- a) Alun-alun Raden Bagus Asra (RBA) Ki Ronggo Bondowoso merupakan pusat perekonomian pedagang kaki lima dalam pengembangan bisnis.
- b) Alun-alun Raden Bagus Asra (RBA) Ki Ronggo Bondowoso menjadi salah satu pusat perputaran ekonomi masyarakat Bondowoso.

## C. Subyek Penelitian

Di dalam tahap ini, peneliti menentukan beberapa informasi, untuk di jadikan sebagai subyek penelitian yakni orang-orang yang mampu memberikan informasi tentang permasalahan yang di angkat oleh peneliti. Dalam subyek penelitian ini menggunakan teknik purposive yang mana teknik tersebut merupakan teknik yang menjadi sumber data untuk menentukan informan melalui pertimbangan serta tujuan tertentu. Orang-orang tersebut di anggap mampu memberikan informasi terkait situasi sosial dan data tentang permasalahan yang di angkat oleh peneliti.

Berdasarkan uraian di atas, maka yang dijadikan subyek penelitian oleh peneliti ini yakni berfokus pada Pedagang Kaki Lima di Alun-alun RBA Ki Ronggo Bondowoso Di kabupaten Bondowoso

sendiri lebih tepatnya di Alun-alun tempat para Pedagang Kaki Lima yang terdapat di satu paguyuban yakni ber anggotakan 109 pedagang, dari data tersebut terdapat 5 pedagang yang menjadi informan dalam penelitian ini dalam penentuan informan dari Pedagang Kaki Lima menggunakan teknik purposive sample dengan informan sebagai berikut.

**Tabel 3.1**

**Sebagian Data Pedagang Kaki Lima di Alun-alun Bondowoso**

No	Nama	Alamat	Jenis Usaha
1	Sri Haryati	Dabasah	Juice dan kopi
2	Mujiati	Tegalampel	Nasi pecel
3	Muhammad Nur	Tamansari	Acecoris
4	Fathorrozi	Tenggarang	Mainan
5	Mohammad Samsul	Dabasah	Roti Bakar

**D. Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan, dimana data yang dipaparkan diperoleh dari hasil penelitian lapangan sebagai data primer, sementara data yang berasal dari perpustakaan dan data dokumentasi lainnya yang berkaitan serta memberikan informasi mengenai penelitian ini dijadikan sebagai data sekunder.<sup>51</sup> Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yakni menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi sebagai berikut :

<sup>51</sup> Djaelani, Aunu Rofiq, *Teknik Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif*, Jurnal Garuda, 2013, Vol. 20

### 1. Observasi

Observasi merupakan suatu kegiatan mendapatkan informasi yang diperlukan untuk menyajikan gambaran *riil* suatu peristiwa atau kejadian untuk menjawab pertanyaan penelitian, untuk membantu mengerti perilaku manusia, dan untuk evaluasi yaitu melakukan pengukuran terhadap aspek tertentu melakukan umpan balik terhadap pengukuran tersebut.

### 2. Wawancara

Proses memperoleh penjelasan untuk mengumpulkan informasi dengan menggunakan cara tanya jawab bisa sambil bertatap muka ataupun tanpa tatap muka yaitu melalui media telekomunikasi antara pewawancara dengan orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman. Padahal hakikatnya wawancara merupakan kegiatan untuk memperoleh informasi secara mendalam tentang sebuah isu atau tema yang diangkat dalam penelitian. Atau merupakan proses pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang telah diperoleh lewat teknik yang lain sebelumnya.

### 3. Dokumentasi

Proses pengumpulan data berupa catatan-catatan, arsip-arsip dan sejenisnya termasuk laporan-laporan yang bersangkutan paut dengan permasalahan peneliti. Misalnya data-data fisik lembaga, mencakup: sejarah, batas-batas lokasi penelitian, *kapabilitas managerial* dalam meningkatkan bank atau perusahaan, keadaan

sarana dan prsarana, keadaan data lokasi, dan lain-lain.

### **E. Analisis Data**

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami.<sup>52</sup>

Dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus secara tuntas. Analisis data yang akan peneliti lakukan adalah seperti yang sudah dijelaskan diatas, artinya peneliti akan melakukan wawancara kepada pimpinan perusahaan dan (*Account Officcer*) peneliti akan terus melakukan wawancara sehingga mendapat data yang di butuhkan. Analisis data berlangsung secara bersama-sama dengan proses pengumpulan data dengan alur tahapan sebagai berikut :

1. Reduksi Data, dimana data yang diperoleh ditulis dalam bentuk laporan atau data yang terperinci. Data yang dapat diperoleh dilapangan semakin lama akan semakin banyak sehingga data semakin kompleks dan rumit, laporan yang disusun berdasarkan data yang diperoleh di reduksi, dirangkum, dipilih hal-hal yang pokok, dan difokuskan pada hal-hal yang penting.

---

<sup>52</sup> Ahmad Rijali, *Analisis Data Kualitatif*, Jurnal Alhadharah, 2019, Vol. 17

2. Permasalahan dan dibuat dalam bentuk matriks sehingga memudahkan peneliti untuk melihat pola-pola hubungan satu data dengan data yang lainnya. Penyajian data, data yang diperoleh dikategorikan menurut pokok.
3. Penyimpulan dan verifikasi, merupakan langkah lebih lanjut dari kegiatan reduksi dan penyajian data. Data yang sudah direduksi dan disajikan secara sistematis akan disimpulkan sementara.
4. Kesimpulan akhir, data yang diperoleh berdasarkan kesimpulan sementara yang telah diverifikasi. Kesimpulan final ini diharapkan dapat diperoleh setelah pengumpulan data selesai.

#### **F. Keabsahan Data**

Keabsahan data pada penelitian ini yang menggunakan teknik triangulasi, dan *member check*.

##### **1. Triangulasi**

Triangulasi pada pengujian kredibilitas (dapat dipercaya), data merupakan pengecekan data yang berasal banyak sumber, banyak cara serta berbagai waktu.<sup>53</sup> Selain itu, triangulasi pula ialah salah satu istilah dalam teknik pengumpulan data yaitu suatu teknik pengumpulan data yang bersifat menyatukan dari berbagai teknik pengumpulan data serta asal data yang sudah ada. Kaitan antara triangulasi sebagai pengujian kredibilitas serta menjadi teknik pengumpulan data ialah ketika peneliti memakai teknik pengumpulan data memakai triangulasi

---

<sup>53</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 240

maka peneliti sebenarnya sedang mengumpulkan data serta menguji kredibilitas data mengecek kredibilitas data menggunakan aneka macam teknik pengumpulan data serta banyak sekali sumber data.

Triangulasi pada penelitian ini ialah triangulasi teknik, yaitu peneliti memakai teknik pengumpulan data yang beda-beda untuk mengetahui data dari sumber yang sama, Peneliti memakai tes pilihan ganda untuk mengetahui kendala atau hambatan pedagang kaki lima yang menyebabkan turunnya omset pendapatannya.<sup>54</sup>

## 2. *Member Check*

*Member chek* adalah suatu proses pengecekan data kepada kepada sumber data. Adapun tujuan dilakukannya member chek yaitu agar informasi diperoleh dalam laporan penelitian memiliki kesesuaian dengan apa yang dimaksud oleh sumber data atau informan. *Member*

*chek* dapat di lakukan setelah berakhirnya satu periode pengumpulan data. Mekanismenya dapat dilakukan secara individual, yaitu peneliti menemui sumber data atau bertemu dalam forum diskusi kelompok. Pada proses ini data dapat ditambah, dikurangi, ataupun di tolak oleh sumber data sehingga diperolehnya kesepakatan bersama, dapat berupa dokumen yang telah ditanda tangani.<sup>55</sup>

## 3. Tahap-tahap Penelitian

Untuk mempermudah proses penelitian serta penelitian terlaksana secara sistematis, maka disusun tahap-tahap penelitian

---

<sup>54</sup> Ibid Hal 120-121

<sup>55</sup> Ibid Hal 129

diantaranya:

a) Tahap Pra Penelitian

1. Menyusun rancangan penelitian lalu mengkonsultasikanya kepada dosen pembimbing penelitian tentang rancangan yang telah tersusun.
2. Menyiapkan surat-surat yang berhubungan dengan penelitian.
3. Mengajukan surat rekomendasi izin melaksanakan penelitian kepada koorditor paguyuban pedagang kaki lima RBA Ki Ronggo Bondowoso.
4. Melakukan studi pendahuluan yakni berkoordinasi dengan koordinator paguyuban pedagang kaki lima RBA Ki Ronggo Bondowoso.
5. Mengumpulkan informasi serta mempersiapkan perlengkapan yang diperlukan dalam pengumpulan data penelitian.
6. Menyiapkan alat-alat penelitian atau untuk melaksanakan wawancara di Alun-alun RBA Ki Ronggo Bondowoso.

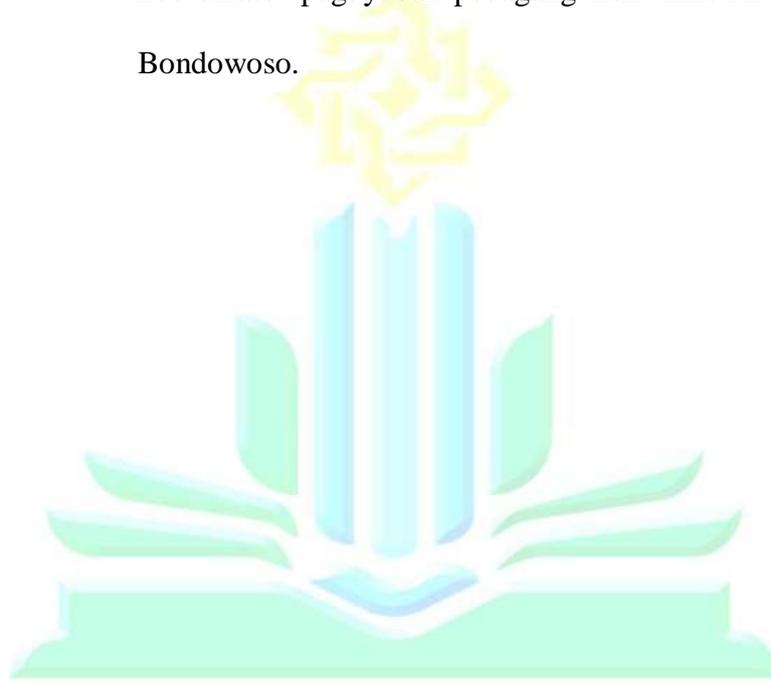
b) Tahap Penelitian

1. Memahami latar penelitian dan persiapan diri
2. Memasuki lapangan
3. Berperan serta mengumpulkan data

c) Tahapan Akhir

1. Melakukan analisis keseluruhan data yang telah dikumpulkan
2. Membahas hasil analisis data

3. Menarik kesimpulan dari hasil penelitian serta menulis laporan
4. Mengecek kebenaran data penelitian
5. Meminta surat bukti telah melakukan penelitian kepada koordinator paguyuban pedagang kaki lima RBA Ki Ronggo Bondowoso.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## BAB IV

### PEYAJIAN DATA DAN ANALISIS

#### A. Gambaran Objek Penelitian

Pertumbuhan ekonomi sangat diperlukan setiap negara sebab adanya peningkatan pertumbuhan ekonomi menunjukkan kesejahteraan yang tercermin pada peningkatan *output* perkapita serta diikuti dengan daya beli masyarakat yang semakin meningkat. Pertumbuhan ekonomi ditandai dengan bertumbuhnya sektor ekonomi masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari perkembangan pertumbuhan apabila balas jasa riil terhadap penggunaan faktor produksi pada tahun tertentu lebih besar dari tahun sebelumnya.<sup>56</sup>

Salah satu cara agar pertumbuhan ekonomi dalam sektor masyarakat yaitu dengan membuat bisnis. Karena bisnis merupakan suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan.<sup>57</sup> Aktivitas mengelola bisnis pada umumnya memiliki tujuan untuk menghasilkan laba demi kelangsungan hidup serta mengumpulkan dana yang cukup bagi pelaksanaan kegiatan si pelaku bisnis itu sendiri.<sup>58</sup>

Sebuah bisnis tidak terlepas dari strategi dan pengembangan bisnis agar dapat bertahan dan lebih maju dari saingan-saingannya.

Strategi merupakan penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang sebuah

---

<sup>56</sup> Iqbal Fauzi, Strategi Pengembangan Bisnis Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) (Studi Kasus Pada UD. Genteng Pres Super Soka Masinal Desa Pancasan Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas), (*Skripsi* FEBI IAIN Purwokerto, Purwokerto, 2018), 17.

<sup>57</sup> Kasmir, *Kewirabisnis*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2012), 20.

<sup>58</sup> M. Fuad, dkk, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009), 1.

perbisnisan dan arah tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan itu.<sup>59</sup> Oleh karena itu peneliti menjabarkan proses pengembangan bisnis di bawah ini dari sejarah, kekurangan, kelebihan dan lain sebagainya.

### **1. Sejarah Pedagang Kaki Lima di Alun-alun Bondowoso**

Sejarah Pedagang Kaki Lima (PKL) di Alun-alun Bondowoso berawal sekitar tahun 2009 memang sudah disediakan stand oleh pihak pemerintah pada saat itu yakni Bapak Mas'ud selaku Bupati Bondowoso dan terbentuk juga paguyuban yang khusus untuk Pedagang Kaki Lima yang di pimpin oleh Bapak Buwang.

Pada sekitar tahun 2017 terjadi relokasi PKL oleh pemerintah, dimana PKL tersebut direlokasi ke sekitar jembatan Kironngo. Akan tetapi relokasi yang dilakukan oleh pemerintah tersebut mendapat penolakan dari sejumlah mahasiswa yang ada di Bondowoso yang pada akhirnya relokasi tersebut batal dan para PKL berpindah kembali ke sekitar Alun-alun Bondowoso. Pada saat relokasi PKL tersebut terjadi perpindahan kepemimpinan PKL yang mana setelah peristiwa tersebut PKL diambil alih oleh Mbak Muji mulai tahun 2018 sampai sekarang.<sup>60</sup>

---

<sup>59</sup> Panji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: Rinaka Cipta, 2009), 339.

<sup>60</sup> Observasi tanggal 09 April 2023

## 2. Keadaan Pedagang Kaki Lima di Alun-alun Bondowoso

**Tabel 4.1**  
**Sebagian Data Pedagang Kaki Lima di Alun-alun Bondowoso**

No	Nama	Alamat	Jenis Usaha	Omset Per Bulan
1	Sri Haryati	Dabasah	Juice dan kopi	Rp. 9.000.000
2	Mujiati	Tegalampel	Nasi pecel	Rp. 50.000.000
3	Muhammad Nuur	Tamansari	Acecoris	Rp. 15.000.00
4	Fathorrozi	Tenggarang	Mainan	Rp. 5.000.000
5	Mohammad Samsul	Dabasah	Roti Bakar	Rp. 18.000.000

### B. Penyajian Data

#### 1. Strategi Bisnis Pedagang Kaki Lima di Alun-alun Bondowoso

Strategi bisnis sangat diperlukan bagi wirausahawan 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.

##### a) Keterampilan melihat peluang usaha sekitar

Adapun yang dilakukan oleh pedagang kaki lima di Alun-alun Bondowoso, menurut penuturan salah satu pedagang yaitu Ibu Sri Haryati sebagai pedagang jus buah dalam melihat peluang usaha sekitar yaitu:

“Untuk melihat peluang sekitar saya melihat jarang orang yang menjual jus buah sekalipun ada itu kurang lengkap menunya, nah dari situ saya menjual jus buah di Alun-alun Bondowoso meski terdapat penjual yang sama tapi dengan kualitas yang berbeda”.<sup>61</sup>

<sup>61</sup> “Ibu Sri Haryati *wawancara*”, 18 mei 2023.

Sama halnya dengan penuturan dari Ibu Mujiati, beliau adalah salah satu penjual nasi pecel. Beliau mengatakan untuk keterampilan membaca peluang usaha yaitu:

“Dalam hal ini kebetulan saya berjualan ini hanya meneruskan jualan alm orang tua saya jadi untuk melihat peluang usaha sendiri saya tidak terlalu terfokus ke arah situ mas yaa namun jika terdapat suatu menu atau inovasi baru untuk dagangan saya, saya selalu *update* akan hal itu”.<sup>62</sup>

Begitu pula dengan yang dilakukan oleh Bapak Mamad sebagai penjual acecoris:

“Ya saya membaca peluang melihat disekitar Alun-alun Bondowoso sendiri sebelumnya tidak ada yang menjual acecoris seperti saya mas, dari itu mas saya menjual macam-macam acecoris disini”.<sup>63</sup>

Berbeda dengan yang dilakukan oleh Bapak Fathorrozi sebagai salah satu pemilik mainan anak (odong-odong):

“saya manggon disini ini itu sudah lumayan lama mas sebelum itu saya keliling terus disini saya melihat kok ada yang menjual jasa mainan anak-anak namun tidak sama dengan saya lalu saya mencari tau untuk manggong disini (alun-alun Bondowoso) ya ternyata ada paguyubannya lalu saya ikut bergabung sampai sekarang”.<sup>64</sup>

Begitu pula menurut penuturan Bapak Samsul selaku penjual roti bakar beliau mengatakan:

“Sebelum saya jual roti bakar di Alun-aln Bondowoso saya lihat masih belum ada yang jualan roti bakar disini jadi saya berinisiatif untuk menjual roti bakar disini”.<sup>65</sup>

<sup>62</sup> “Ibu Mujiati, *wawancara*”, 18 mei 2023

<sup>63</sup> “Bapak Mamad, *wawancara*”, 18 mei 2023.

<sup>64</sup> “Bapak Fathorrozi, *wawancara*”, 18 mei 2023.

<sup>65</sup> “Bapak Samsul, *wawancara*”, 3 Juli 2023.

Dari hasil wawancara di atas peneliti menyimpulkan bahwa Pedagang Kaki Lima di Alun-alun Bondowoso dalam melihat peluang usaha yaitu mereka mampu melihat peluang untuk melakukan usaha yang akan mereka lakukan dalam berbisnis.

b) Aktif menjaga reputasi bisnis yang telah berjalan.

Adapun yang dilakukan oleh pedagang kaki lima di Alun-alun Bondowoso, menurut penuturan salah satu pedagang yaitu Ibu Sri Haryati sebagai pedagang jus buah dalam menjaga reputasi bisnis yang telah berjalan yaitu:

“Dalam menjaga reputasi apa yang saya jual, saya fokus menjaga kualitas rasa, pelayanan, dan kenyamanan konsumen yang membeli dagangan yang saya jual”.<sup>66</sup>

Begitu pula yang dilakukan oleh Ibu Mujiati:

“Untuk itu mas dalam menjaga reputasi bisnis yang saya jalani pastinya setiap pedagang hampir sama yaitu menjaga kualitas makanan yang saya jual, kebersihan makanan, dan kenyamanan di saat mereka mengonsumsi makanan yang saya jual”.<sup>67</sup>

Begitu pula dengan yang dilakukan oleh Bapak Mamad sebagai penjual acecoris:

“Untuk menjaga barang yang saya jual kepada konsumen yang saya lakukan yakni menjaga kualitas barang (tidak rusak), kebersihan, dan kenyamanan konsumen untuk melakukan transaksi agar konsumen merasa puas terhadap barang yang saya jual”.<sup>68</sup>

<sup>66</sup> “Ibu Sri Haryati wawancara”, 18 mei 2023.

<sup>67</sup> “Ibu Mujiati, wawancara”, 18 mei 2023.

<sup>68</sup> “Bapak Mamad, wawancara”, 18 mei 2023.

Begitu pula yang dilakukan oleh Bapak Samsul:

“untuk menjaga reputasi dagangan saya yaa pastinya saya selaku penjual yang pertama harus menjaga kualitas daganga agar yang membeli tidak kecewa terhadap dagangan saya, disamping itu yaa dalam segi pelayanan kita harus merajakan pembeli karena ada pepatah mengatakan (pembeli adalah raja)”.<sup>69</sup>

Dari hasil wawancara di atas peneliti menyimpulkan bahwa para pedagang kaki lima dalam menjaga reputasi bisnis yang mereka jalankan mereka lebih mengedepankan kenyamanan konsumen dalam hal melakukan transaksi jual beli.

## **2. Faktor Yang Menghambat Pedagang Kaki Lima di Alun-Alun Bondowoso Dalam Mengembangkan Bisnis Untuk Meningkatkan Pendapatan.**

Faktor penghambat sendiri kebanyakan rata-rata para pedagang kaki lima di bondowoso sama yaitu faktor alam saja yang menjadi hambatan mereka dalam menjalankan bisnisnya, berikut hasil beberapa wawancara yang saya lakukan pada bebeapa pedagang yaitu sebagai berikut:

Menurut ke empat narasumber menuturkan bahwa hambatan mereka dalam berjualan adalah faktor alam seperti hujan yang berturut-turut dalam tiap harinya, dan bencana alam yang terjadi seperti masa pandemi covid-19 yang terjadi dalam beberapa tahun kemarin.

<sup>69</sup> “Bapak Samsul, *wawancara*”, 3 Juli 2023

Menurut Ibu Mujiati. beliau menuturkan:

“Sebenarnya untuk hambatan sendiri dalam menjalankan usaha hampir tidak ada namun hanya terkendala oleh faktor alam saja seperti : hujan yang terus-menerus, maupun bencana alam lainnya.”<sup>70</sup>

Begitu pula menurut ketiga narasumber lainnya (Sri Hartiyah, Bapak Mamad, Bapak Samsul dan Bapak Fathorrozi) menuturkan:

“Untuk hambatannya saya dalam berjualan yaitu karna cuaca yang kurang bersahabat yang menyebabkan berkurangnya pembeli pada dagangan saya.”<sup>71</sup>

Dari hasil wawancara dengan beberapa pedagang diatas dapat diketahui bahwa hambatan mereka dalam menjalankan usahanya yaitu terdapat beberapa hal yaitu sebagai berikut:

- a. Terhambat oleh faktor cuaca yang kurang bersahabat seperti hujan secara terus-menerus yang mengakibatkan kurangnya pengunjung atau pembeli
- b. Menjadi penghambat bagi mereka disebabkan oleh musibah yang terjadi seperti pandemi Covid-19 yang terjadi beberapa tahun kemarin dengan jangka waktu yang panjang.

### **3. Strategi pengembangan bisnis dalam meningkatkan pendapatan pada Pedagang kaki Lima di Alun-alun Bondowoso**

Untuk strategi pengembangan bisnis sendiri ada beberapa para pedagang kaki lima yang berpendapat akan hal itu yaitu sebagai berikut:

<sup>70</sup> “Ibu Mujiati, *wawancara*”, 18 mei 2023.

<sup>71</sup> “Ibu Sri Haryati, *wawancara*”, 18 mei 2023.

Menurut Ibu Mujiati selaku penjual nasi pecel campur beliau berpendapat:

“Untuk mengembangkan bisnis yang saya jalankan ini mas, ya cukup membuat inovasi baru aja mas seperti menambah menu makanan yang saya jual, karena saya hanya meneruskan atau mewarisi jualan dari almarhumah ibu saya.”<sup>72</sup>

Sedangkan menurut Ibu Sri Haryati selaku pedagang jus beliau berpendapat:

“Dalam mengembangkan bisnis saya selalu update tentang jus seperti ide-ide terbaru dalam menjual jus entah di kemasan, rasa, macam-macam jus, dan *topyng*.”<sup>73</sup>

Disisi lain Bang Mamad selaku penjual acecoris juga berpendapat:

“Untuk proses pengembangan bisnis yang saya lakukan yaitu dengan cara terus mengikuti perkembangan accesoris model terbaru dan bervariasi mulai dari model accesoris, warna yang beragam serta dengan jenis ukuran yang bervariasi sehingga jualan yang saya jual tersebut tidak kalah saing dengan pedagang lainnya.”<sup>74</sup>

Sedangkan menurut Bapak Samsul selaku penjual roti bakar beliau berpendapat:

“Dalam mengembangkahkan bisnis yaa saya mengikuti zaman mas dalam artian kita harus mengikuti tren yang ada yaa saya kan menjual roti bakar, disela waktu saya berdagang saya sambil lalu mencari inovasi di Youtube tentang inovasi-inovasi roti bakar entah dari rasa, *topyng*, dan lainnya”.<sup>75</sup>

Dari hasil penelitian diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwasanya dalam mengembangkan usaha yang mereka jalankan yaitu mereka selalu *update* bisnis mereka dengan ide-ide baru dalam.

<sup>72</sup> “Ibu Mujiati, *wawancara*”, 18 mei 2023.

<sup>73</sup> “Ibu Mujiati, *wawancara*”, 18 mei 2023.

<sup>74</sup> “Bapak Mamad, *wawancara*”, 18 mei 2023.

<sup>75</sup> “Bapak Samsul, *wawancara*”, 3 Juli 2023.

## C. PEMBAHASAN TEMUAN

### 1. Strategi Bisnis Pedagang Kaki Lima di Alun-alun Bondowoso.

Berdasarkan hasil peneelitan dari hasil penelitian yang di peroleh dengan menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi yang berkaitan dengan strategi bisnis pada Pedagang Kaki Lima di Alun-alun Bondowoso terdapat dua temuan yaitu:

#### a. Keterampilan melihat peluang usaha sekitar

Dari hasil wawancara di atas peneliti menyimpulkan bahwa Pedagang Kaki Lima di Alun-alun Bondowoso dalam melihat peluang usaha yaitu mereka mampu melihat peluang untuk melakukan usaha yang akan mereka lakukan dalam berbisnis.

#### b. Aktif menjaga reputasi bisnis yang telah berjalan.

Dari hasil wawancara di atas peneliti menyimpulkan bahwa para pedagang kaki lima dalam menjaga reputasi bisnis yang mereka jalankan mereka lebih mengedepankan kenyamanan konsumen dalam hal melakukan transaksi jual beli.

Hasil penelitian diatas sinkron dengan pendapat Veithzal Rifai yaitu Untuk memperoleh hasil yang maksimal wirausahaan perlu mengetahui bagaimana cara menjalankan bisnis dengan baik, diantaranya:<sup>76</sup>

- 1) Ketrampilan melihat peluang usaha yang ada disekitar.
- 2) Kesiediaan dan keberanian menanggung risiko bisnis yang

<sup>76</sup> Veithzal Rivai, dkk., *Islamic Business and Economic Ethics* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), 294-295.

mungkin terjadi.

- 3) Pemahaman dasar tentang model bisnis, harus tahu bagaimana model bisnis kita agar dapat menjalankan dengan baik.
- 4) Aktif menjaga reputasi bisnis yang telah berjalan.
- 5) Mengembangkan jaringan sebagai pendukung kelangsungan bisnis.

## **2. Faktor Yang Menghambat Pedagang Kaki Lima di Alun-Alun Bondowoso Dalam Mengembangkan Bisnis Untuk Meningkatkan Pendapatan.**

Berdasarkan hasil peneelitan dari hasil penelitian yang di peroleh dengan menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi yang berkaitan dengan faktor hambatan para Pedagang Kaki Lima di Alun-alun Bondowoso yaitu dapat diketahui bahwa hambatan mereka

dalam menjalankan usahanya yaitu terdapat beberapa hal yaitu sebagai berikut:

- a. Terhambat oleh faktor cuaca yang kurang bersahabat seperti hujan secara terus-menerus yang mengakibatkan kurangnya pengunjung atau pembeli
- b. Menjadi penghambat bagi mereka disebabkan oleh musibah yang terjadi seperti pandemi Covid-19 yang terjadi beberap tahun kemarin dengan jangka waktu yang panjang.

### 3. Strategi pengembangan bisnis dalam meningkatkan pendapatan pada Pedagang kaki Lima di Alun-alun Bondowoso.

Berdasarkan hasil peneelitan dari hasil penelitian yang di peroleh dengan menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi yang berkaitan dengan strategi pengembangan bisnis dalam meningkatkan pendapatan para Pedagang Kaki Lima di Alun-alun Bondowoso yaitu dari hasil penelitian diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwasanya dalam mengembangkan usaha yang mereka jalankan yaitu mereka selalu *update* bisnis mereka dengan ide-ide baru dalam.

Hasil penelitian ini berbeda dengan hasil teori Kotler, Philip dan keller Kevin yang mana dalam pembahasannya strategi pengembangan bisnis terdapat 3 indikator yaitu:<sup>77</sup>

- a. Pengembangan pasar.
- b. Pengembangan produk.
- c. Pengembangan organisasi.

Pada hasil penelitian ini pengembangan organisasinya lebih terhadap Paguyuban Pedagang Kaki Lima bukan terhadap para pedagang, sedangkan pengembangan organisasi menurut teori Kotler, Philip dan keller Kevin lebih kepada bagaimana pengembangan organisasi di suatu bisnis seperti perusahaan.

---

<sup>77</sup> Kotler, Philip dan keller, Kevin, Manajemen Pemasaran, (Jakarta: Prenhallindo, 2008)

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada Pedagang Kaki Lima (PKL) di Alun-alun Bondowoso mengacu pada rumusan masalah, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi yang digunakan oleh pedagang kaki lima di Alun-alun Bondowoso yaitu kebanyakan mengutamakan kualitas, baik barang, rasa, tempat serta pelayanan kepada konsumennya. Sedangkan dalam segi harga yang dijual oleh penjual masih bisa dijangkau oleh masyarakat dikarenakan sebagian besar masyarakat Bondowoso mempunyai penghasilan menengah kebawah. Dimana hal tersebut menjadi daya tarik tersendiri kepada masyarakat untuk berkunjung dan membeli barang dagangan Pedagang Kaki Lima yang ada di Alun-alun Bondowoso.
2. Faktor penghambat Pedagang Kaki Lima yaitu sebagian besar Pedagang Kaki Lima di Alun-alun Bondowoso mengatakan untuk faktor pemghambatnya adalah faktor cuaca yang tidak bisa diprediksi. Dikarenakan apabila ketika hujan turun maka akan sedikit masyarakat yang akan berkunjung ke Alun-alun Bondowoso. Selain itu, faktor yang menjadi penghambat Pedagang Kaki Lima yaitu bencana alam. Dari kedua faktor tersebut yang menjadi penghambat Pedagang Kaki Lima untuk berjualan di Alun-alun Bondowoso.

3. Strategi pengembangan yang digunakan oleh Pedagang Kaki Lima di Alun-alun Bondowoso yaitu:
  - a) Menjual produk terbaru yang banyak diminati oleh masyarakat dan juga bervariasi sehingga menjadi daya tarik tersendiri kepada masyarakat untuk berkunjung ke Alun-alun Bondowoso.
  - b) Dengan memanfaatkan lokasi Alun-alun dimana Alun-alun merupakan tempat yang sering dikunjungi oleh masyarakat untuk sekedar liburan, berolahraga ataupun berkumpul dengan keluarga bahkan teman terdekat sehingga dimanfaatkan oleh Pedagang Kaki Lima untuk berjualan di sekitar Alun-alun Bondowoso.

#### **B. Saran-saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terdapat beberapa saran dari peneliti, diantaranya:

1. Bagi Pedagang Kaki Lima diharapkan untuk mengembangkan bisnisnya baik dari segi kualitas barang dagangan, pelayanan, tempat yg ditempati untuk jualan, dan menambah inovasi atau hal yang baru untuk di jual, sehingga menambah daya tarik masyarakat Bondowoso, atau luar Bondowoso untuk berkunjung dan membeli dagangan yg di jual Pedagang kaki Lima, sehingga pendapatan yang di peroleh lebih banyak dari sebelumnya.
2. Bagi peneliti selanjutnya apabila tertarik untuk melakukan penelitian dengan objek yang sama diharapkan menambah variabel lain untuk

mengetahui perkembangan dan keterbaruan faktor lain yang dapat memengaruhi motivasi berprestasi dan hasil belajar.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari, dan Priansa Donni Juni, 2009 *Manajemen Bisnis Syariah* (Bandung: ALFABETA).
- Assauri, Sofjan, 2011 *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Rajawali Press)
- Auliak, Sulton, 2021 *Strategi Usaha Pedagang Kaki Lima Dalam Mempertahankan Usaha Di Pasar Jogorogo Kabupaten Ngawi*, Tesis IAIN Ponorogo.
- Ayonda, Wulan, 2020 *UMKM 4.0 Strategi UMKM Memasuki Era Digital* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo).
- Darmawan, Kusnanto, Indriana Sukma, Ariyono Kurniawan Yunus, 2022 “*Strategi Peningkatan Pendapatan Pedagang Kaki Lima Dimasa Pandemi Covid-19*”, *Jurnal Inovasi Penelitian*, Vol 2, No 9.
- Fauzi, Iqbal, 2018 *Strategi Pengembangan Bisnis Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) (Studi Kasus Pada UD. Genteng Pres Super Soka Masinal Desa Pancasan Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas)*, Skripsi FEBI IAIN Purwokerto, Purwokerto.
- Febrina, Syahfrillah Rizky, 2022 *Strategi Penguatan Usaha Pedagang Kaki Lima Saat Pandemi Covid-19 Di Pasar Blimbing Kota Malang*, Tesis Universitas Muhammadiyah Malang.
- Fuad, M, dkk, 2009, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama).
- Gilarso, 1998 *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro*, (Yogyakarta: Kansius).
- Hariyani, Tuwis, 2021 *Strategi Pedagang Kaki Lima Dalam Mempertahankan Usaha Di Tengah Covid-19*, *Jurnal EKUIVALENSI*, Vol 7 No 1.
- Herlina, Wa Ode, Kambolong Makmur, Idrus Sitti Hairani, 2018 “*Strategi Pengembangan Usaha Sektor Informal Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kaki Lima Di Kecamatan Kambu Kota Kendari*”, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol 3 No 1.
- I. M. Sarmita, dan I. W Treman, 2020 (Studi Pedagang Kaki Lima Di Kawasan Nusa Dua Bali. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial*).
- Ismail, Y Muhammad dan Karebat W Muhammad., 2002 “*Mengagas Bisnis Islam*” (Jakarta: Gema Insani).

- Joewono, Hadito, 2012 *Strategy Management*, (Jakarta: Arrbey).
- Joewono, Handito, 2012 *Strategy Management*, (Jakarta: Arrbey).
- Kasali, Rhenald, Purnomo Boyke R., 2010 *Modul Kewirausahaan* (Cengkareng: kramat 98).
- Kasali, Rhenald. 2010 *Modul Kewirausahaan* (Cengkareng: kramat 98).
- Kasmir, 2012, *Kewirabisnisan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo).
- Muhammad dan Alimin, 2004 *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam* (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta).
- Nafarin, 2006 *Pengangguran Perekonomian Edisi Ketiga* (Jakarta: Salemba Empat).
- Najamuddin, Muhammad, 2013 *Cara Dagang Ala Rasulullah Untuk Para Enterpreneour* (Yogyakarta: DIVA Press).
- Nisa, Khaerun, Ruma, Zainal, Musa, Muhammad Ichwan, 2022 *Analisis Strategi Dalam Upaya Mempertahankan Karyawan Antara Richisam Chicken Dengan Usaha Ayam Geprek PKL Pada Masa Pandemi Covid-19*, Jurnal Pabean, Vol 4, No 2.
- O.P, Simorangkir, 2003 *Etika Bisnis Jabatan dan Perbankan* (Jakarta: PT Rineka Cipta).
- Rahayu, Isty Evrilia, 2020 *Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kaki Lima Di Alun-alun Ponorogo*, Tesis IAIN Ponorogo.
- Ridwan, M, 2013 *Pengantar Ekonomi Mikro & Makro Islam* (Bandung: Cipta Pustaka Media).
- Rivai, Veithzal, 2012 *Islamic Business and Economic Ethics* (Jakarta: Bumi Aksara).
- Rivai, Veithzal, 2013 *Islamic Marketing Membangun dan Mengembangkan Bisnis dengan Praktik Marketing Rasulullah saw.* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama).

- Rojali, Ahmad, 2019 *Strategi Pengembangan Usaha Kuliner Pedagang Kaki Lima Pada Pajak Inpres Pasar 3 Kecamatan Denai*, Skripsi UIN Sumatera Utara,
- Sari, Eka Novita, Purnomosidi Faqih, 2022 Strategi Pengembangan Kreativitas Pada Pedagang Kaki Lima Selama Masa Pandemi, *Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan*, Vol 1, No 2.
- Sofyan, Riyanto, 2011 *Bisnis Syariah Mengapa Tidak?* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama).
- Sukirno, Sadono, 1994 *Pengantar Mikro Ekonomi* (Jakarta: Rajagrafindo Persada)
- Swasta, Basu, dan Irawan, 1997 *Management Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty).
- Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, 1989 *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Kedua*, (Jakarta: Balai Pustaka).
- Wild, John J., 2003 *Analisis Laporan Keuangan*, (Jakarta: Salemba Empat).
- Yanti, Hanna Zulhijjah, Safira Kintan Ayu Agnes, Saputri Leonita Lisha, Permana Erwin, 2021 Strategi Mempertahankan Usaha Pedagang Kaki Lima (PKL) Di Masa Pandemi Covid-19, *Jurnal Inovasi*, Vol 8 No 1.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ahmad Faisal Mustofa

NIM : E20182039

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi: Ekonomi Syariah

Universitas : Universitas Islam Negeri KH Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa isi skripsi ini dengan judul "Strategi Pengembangan Bisnis Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kaki Lima Di Alun-Alun Bondowoso". Secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian tertentu yang dirujuk sumbernya. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa tekanan dan paksaan dari pihak manapun.

Jember, 05 Juni 2023

Saya yang menyatakan



**Ahmad Faisal Mustofa**  
NIM. E20182039



Wawancara dengan salah satu Pedagang Kaki Lima Alun-alun Bondowoso



Wawancara dengan Ketua Paguyuban Pedagang Kaki Lima Alun-alun Bondowoso



Wawancara dengan salah satu Pedagang Kaki Lima Alun-alun Bondowoso



Wawancara dengan salah satu Pedagang Kaki Lima Alun-alun Bondowoso



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp.  
(0331) 487550  
Fax (0331) 427005 e-mail: [febi@uinkhas.ac.id](mailto:febi@uinkhas.ac.id) Website: <http://febi.uinkhas.ac.id>

**SURAT KETERANGAN**

Kami yang bertandatangan di bawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : Ahmad Faisal Musthofa  
NIM : E20182039  
Semester : 10

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai bimbingan. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.

Jember, 05 juni 2023  
Koordinator Prodi. Ekonomi Syariah,

**Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I.**

## BIODATA PENULIS



Nama : Ahmad Faisal Musthofa  
Nim : E20182039  
Tempat/ Tanggal Lahir : Bondowoso/ 13 November 1999  
Alamat : Koncer Kidul Tenggara Bondowoso  
Jurusan/Fakultas : Ekonomi Syariah/ FEBI  
Email : faisalmusthofa55@gmail.com  
Riwayat Pendidikan : TK Nurul Hidayah  
MI Nurul Hidayah

MTs Nurul Hidayah  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R  
MAN Bondowoso