

STRATEGI PEDAGANG KAKI LIMA DI ALUN-ALUN KOTA PROBOLINGGO DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh :
Ainul Fitriyah
NIM. E20182073

Pembimbing :
Muhammad Saiful Anam, M.Ag
NIP.197111142003121002

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

STRATEGI PEDAGANG KAKI LIMA DI ALUN-ALUN KOTA PROBOLINGGO DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN

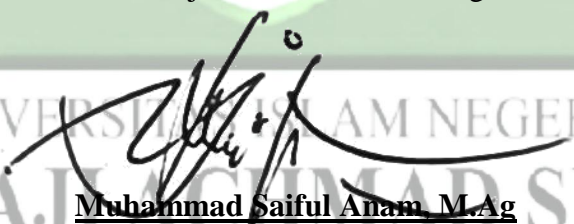
SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh:

Ainul Fitriyah
NIM. E20182073

Disetujui Dosen Pembimbing


Muhammad Saiful Anam, M.Ag
NIP.197111142003121002

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

STRATEGI PEDAGANG KAKI LIMA DI ALUN-ALUN KOTA PROBOLINGGO DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
Persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Hari : Kamis
Tanggal : 22 Juni 2023

Tim Penguji

Ketua



Dr. Hersa Farida Qoriani, S.E., M.Ak
NIP.198611292018012001

Sekretaris



Luluk Musfiroh, M.Ak
NIP. 198804122019032007

Anggota :

F

1. Dr. Ahmad Afif, M.E.I

()

2. Muhammad Saiful Anam, M.Ag

()

Menyetujui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si.
NIP.19680807 200003 1 001

MOTTO

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

Artinya : "Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri, melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba. Barang siapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barang siapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya." (QS. Al-Baqarah 2: Ayat 275).¹

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

¹ Al-Qur'an, 275:2

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah wasyukurillah wa ala nikmatillah, segala puji bagi Allah SWT, shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, semoga skripsi ini dapat ridho di sisi-Nya, saya persembahkan karya tulis ini kepada :

1. Kepada kedua orang tua saya tercinta, Ayah Kamil dan Mama Sulasma yang selalu memberikan semangat, kasih sayang dan doa yang tulus serta rela bekerja keras demi kesuksesan anaknya. Terimakasih banyak atas segala pengorbanannya yang tidak mungkin dapat dibalas oleh penulis. Semoga surga kelak menjadi balasan atas kasih sayang, cinta dan pengorbanannya.
2. Segenap Guru sekolah SD, SMP, SMA dan guru ngaji yang telah memberikan ilmu bermanfaat.
3. Untuk diri saya sendiri terima kasih sudah mau berjuang bersama melewati semua ini. Terima kasih karena tidak pernah menyerah dan selalu yakin bahwa kita mampu. Terima kasih telah menjadi diriku versi terbaik yang kita miliki.
4. Kepada Vili Nurdiyana NIM E20182027 Terima kasih banyak Teman seperjuanganku atas kerjasama dan dukunganya, yang selalu menemani susah senang dan yang selalu kebersamai meniti pahitnya kehidupan hingga hari ini. Terima kasih sudah menguatkan dan menjadi panutan. Saya persembahkan karya tulis sederhana ini untukmu.

5. Dan juga kepada Tarissa farah jihan Terima kasih sudah membantu setiap proses perjalanan hidup saya yang tidak pernah lelah mendengarkan keluh kesah saya.
6. Yang terakhir kepada Mastuki Terima kasih sudah membantu dalam proses pengerjaan skripsi ini. Dan selalu mendukung untuk menyelesaikan skripsi ini hingga akhirnya hari ini selesai.



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji syukur penulis sampaikan kepada Allah karena atas rahmat dan karunia-Nya, perencanaan, pelaksanaan, dan penyelesaian skripsi sebagai salah satu syarat menyelesaikan program sarjana, dapat terselesaikan dengan lancar.

Kesuksesan ini dapat penulis peroleh karena dukungan banyak pihak. Oleh karena itu, penulis menyadari dan menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

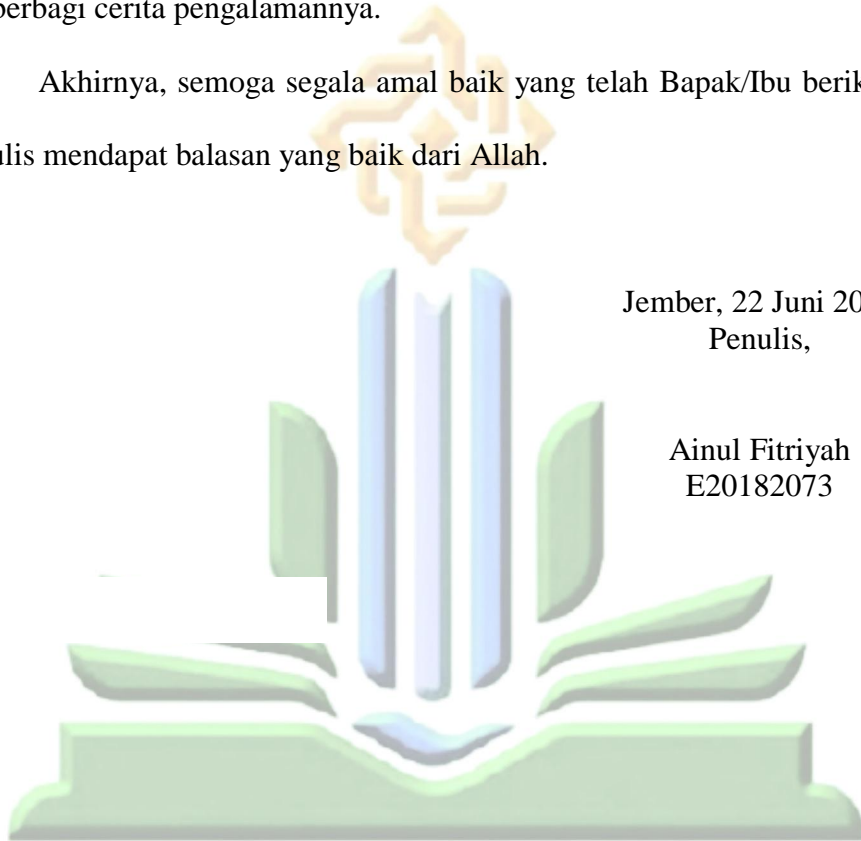
1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, S.E., MM selaku Rektor UIN KHAS Jember.
2. Bapak Dr. Khamdan Rifa'i SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember.
3. Ibu Dr. Nikmatul Masruroh, M.E.I. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam.
4. Bapak M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I. selaku Koordinator Prodi Ekonomi Syariah.
5. Bapak M. Saiful Anam, M.Ag. selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
6. Bapak Dr.H. Abdul Wadud Nafis L.C.,M.E.I selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA).
7. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, khususnya yang telah memberikan ilmu kepada penulis sehingga dapat mengetahui apa yang tidak diketahui sebelumnya.

8. Ibu Retna Anggita Ningsih yang telah memberikan pembelajaran serta mau berbagi cerita pengalamannya.

Akhirnya, semoga segala amal baik yang telah Bapak/Ibu berikan kepada penulis mendapat balasan yang baik dari Allah.

Jember, 22 Juni 2023
Penulis,

Ainul Fitriyah
E20182073



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

ABSTRAK

Ainul Fitriyah, Muhammad Saiful Anam, M.Ag., 2023: Strategi pedagang kaki lima di alun-alun kota probolinggo dalam meningkatkan pendapatan.

Pedagang kaki lima Alun-Alun Kota Probolinggo memiliki cara tersendiri dalam berdagang, hal tersebut merupakan salah satu cara atau langkah-langkah yang dilakukan agar mampu mempertahankan kelangsungan hidupnya dalam usaha-usaha yang akan dilakukan pedagang kaki lima.

Fokus masalah yang diteliti dalam skripsi ini adalah : 1) Bagaimana strategi pedagang kaki lima dalam meningkatkan pendapatan? 2) Apa saja kendala yang dihadapi oleh pedagang kaki lima dalam meningkatkan pendapatan?

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi pedagang kaki lima dalam meningkatkan pendapatan dan kendala yang dihadapi oleh pedagang kaki lima dalam meningkatkan pendapatan.

Penelitian ini memperoleh kesimpulan Strategi bisnis yang dilakukan pedagang kaki lima di Alun-Alun Kota Probolinggo terdapat beberapa cara yaitu Strategi produk, Strategi harga, Strategi promosi, Strategi pelayanan yang baik, yang dilakukan oleh pedagang kaki lima di Alun-Alun Kota Probolinggo sangat tepat karena pelayanan yang mereka berikan terhadap konsumen ataupun pembeli sangat nyaman dan cepat. Sehingga membuat para konsumen betah, nyaman, dan merasa dihargai penuh. Dengan begitu membuat para konsumen merasa ketagihan untuk kembali membelinya kembali, sebab selain pelayan ada harga dan rasa juga yang membuat mereka ingin mencobanya kembali. Adapun kendala yang dihadapi oleh pedagang kaki lima dalam meningkatkan pendapatan di Kota Probolinggo dapat dilihat dari 2 faktor yaitu internal dan eksternal. Adapun aspek internal adalah; lokasi usaha dan modal usaha sedangkan aspek eksternal adalah; musim hujan.

Kata Kunci : Strategi, PKL (pedagang kaki lima), Kota Probolinggo

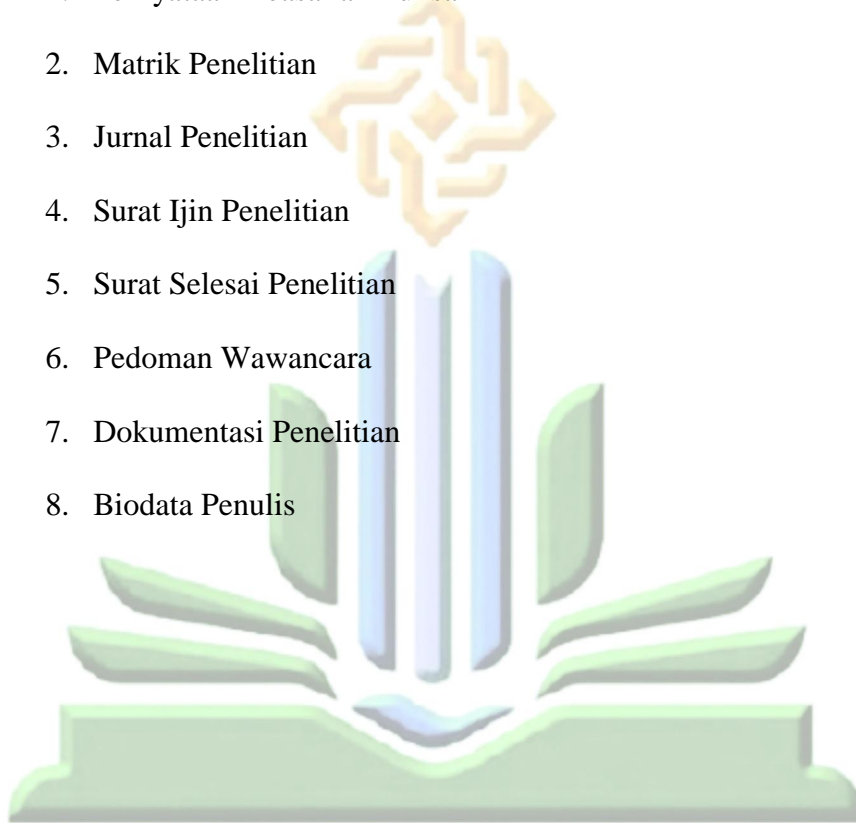
DAFTAR ISI

NO	HAL
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian.....	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Definisi Istilah.....	8
F. Sistematika Pembahasan	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
A. Penelitian Terdahulu	12
B. Kajian Teori	20
BAB III METODE PENELITIAN	26

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	26
B. Lokasi Penelitian.....	26
C. Subyek Penelitian.....	27
D. Teknik Pengumpulan Data.....	28
E. Teknik Analisis Data.....	30
F. Teknik Keabsahan Data	32
G. Tahap-Tahap Penelitian	32
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	35
A. Gambaran Obyek Peneleitian.....	35
B. Penyajian Data dam Analisis	38
1. Bagaimana strategi pedagang kaki lima dalam meningkatkan pendapatan.....	38
2. Apa saja kendala yang dihadapi oleh pedagang kaki lima dalam meningkatkan pendapatan	47
C. Pembahasan Temuan.....	53
1. Bagaimana strategi pedagang kaki lima dalam meningkatkan pendapatan.....	53
2. Apa saja kendala yang dihadapi oleh pedagang kaki lima dalam meningkatkan pendapatan	56
BAB V PENUTUP	59
A. Kesimpulan	59
B. Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	62

Lampiran-lampiran

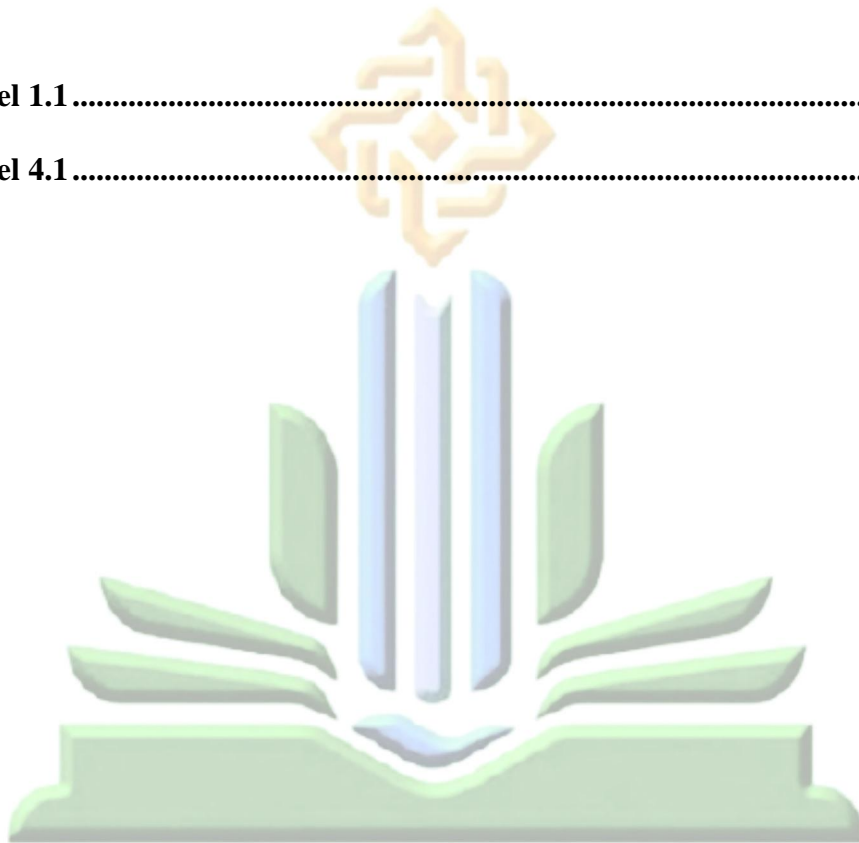
1. Pernyataan Keaslian Tulisan
2. Matrik Penelitian
3. Jurnal Penelitian
4. Surat Ijin Penelitian
5. Surat Selesai Penelitian
6. Pedoman Wawancara
7. Dokumentasi Penelitian
8. Biodata Penulis



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

DAFTAR TABEL

NO	HAL
Tabel 1.1	18
Tabel 4.1	40



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

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. Banyak sekali pekerjaan yang dapat dilakukan, salah satu pekerjaan tersebut ialah berdagang atau bisnis.

Islam sangat menganjurkan kepada umatnya untuk melakukan perlombaan dalam hal mencari kebaikan. Jika ini dijadikan dasar bisnis, maka praktek bisnis harus menjalankan suatu aktivitas persaingan yang sehat. Aktivitas bersaing dalam bisnis antara satu pembisnis dengan pembisnis lainnya tidak dapat dihindari. Maka hal yang perlu diperhatikan adalah bagaimana persaingan bisnis tersebut agar dapat memberikan kontribusi yang baik bagi para pelakunya.

Bisnis adalah bagian yang penting dari masyarakat, bisnis bukanlah sesuatu yang terpisah dari masyarakat. Namun, dengan segala kegiatannya merupakan bagian yang integral dari masyarakat. Secara sadar dan dengan berbagai cara manusia terlibat dalam pembelian barang-barang dan jasa yang dibutuhkan untuk memberikan kenikmatan bagi hidupnya. 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.² 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 dan tindakan yang terintegrasi serta dirancang untuk membangun keunggulan dalam persaingan bisnis untuk memenuhi dan mencapai tujuan bisnis.³ Bisnis merupakan sebuah aktivitas yang mengarah pada peningkatan nilai tambah melalui proses penyerahan jasa, perdagangan atau pengolahan barang produksi.

Ketika sudah memilih untuk berkecimpung dalam dunia bisnis maka siap ataupun tidak persaingan tersebut harus dihadapi. Persaingan dalam bisnis tidak hanya dirasakan oleh perusahaan-perusahaan besar saja, namun usahausaha kecil juga merasakan hal yang sama. Usaha kecil yang biasanya lebih dikenal dan disebut UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah). Menurut Rudjito UMKM adalah usaha yang mempunyai 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

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

³ Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty, 1997)

minim. Terdapat beberapa kriteria UMKM menurut undang-undang yang dibagi berdasarkan asset dan omzet yang dimiliki.⁴

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 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.⁵ 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, 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

⁴ Wulan Ayodya, *UMKM 4.0 Strategi UMKM Memasuki Era Digital* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2020)

⁵ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Rajawali Press, 2011)

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.

Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Probolinggo Nomor 8 Tahun 2011 tentang pembinaan dan Penataan Pedagang Kaki Lima terdapat larangan PKL untuk berjualan di trotoar, jalur hijau, jalan, dan badan jalan, serta tempat-tempat yang bukan peruntukkannya. PKL selaku sektor informal memilih berjualan di pinggir jalan dan juga trotoar meskipun para PKL sudah mendapatkan penertiban dari satpol PP namun tidak membuatnya jera. Dalam hal ini pemerintah belum sepenuhnya memberikan suatu jaminan yang pasti bahwa ketika para PKL ditertibkan mereka merasa kebingungan dan berpikir harus berjualan di mana untuk berjualan karena belum adanya tempat khusus bagi para PKL. Selain itu, penyebab kemacetan disebabkan parkir kendaraan para pembeli yang tidak teratur yang dapat mengganggu ketertiban. Seperti pedagang makanan, pedagang pakaian, buah dengan menggunakan mobil.

Pedagang kaki lima merupakan salah satu jalan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Sulitnya lapangan pekerjaan yang tersedia bagi anggota masyarakat yang berpendidikan rendah dengan pengalaman serta keterampilan yang sangat terbatas. Usaha kecil menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan keseharian masyarakat di Indonesia maupun di belahan dunia pada

umumnya. Usaha kecil sangat menunjang kemudahan hidup konsumen Indonesia dan berpengaruh sangat besar terhadap penciptaan lapangan kerja juga peningkatan pertumbuhan perekonomian suatu negara.

Keberadaan pedagang kaki lima membawa pengaruh dampak positif maupun negatif karena dalam dampak positif bagi pedagang kaki lima sangat terbantu dalam mengatasi masalah pengangguran dan dapat meningkatkan kebutuhan perekonomian keluarga dan dapat melayani kebutuhan masyarakat ekonomi menengah kebawah. Sedangkan, pada dampak negatifnya terhadap keberadaan pedagang kaki lima tersebut menimbulkan sejumlah permasalahan dalam pengembangan tata ruang kota seperti mengganggu ketertiban umum dan ketertiban, kenyamanan dan keindahan, akibatnya sangat sulit mengendalikan perkembangan sektor informal ini.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Pak Umar sebagai Kasi Trantib Kecamatan Kanigaran, bahwasanya pedagang kaki lima dilarang berjualan di sekitar alun-alun, tetapi masih banyak diantara mereka pedagang yang masih berjualan mulai pagi sampai malam hari, hal tersebut dapat memicu adanya keramaian yang dapat menguntungkan bagi pedagang. Sehingga barang dagangannya cepat habis terjual dan mendapat banyak penghasilan sehingga dapat mencukupi kebutuhan keluarga, tetapi disamping itu pedagang memiliki resiko yang tinggi jika terjadi razia mendadak, seperti penyitaan lapak dan gerobak, yang mengakibatkan para pedagang tidak bisa berjualan untuk sementara. Namun hal tersebut tidak menutup kemungkinan untuk pedagang yang berjualan di malam hari, juga ikut terjaring razia jika para pedagang

melanggar peraturan yang ada. Berdasarkan hasil wawancara dengan pedagang es buah pelangi bernama Ibu Yunita yang sudah 2 tahun berjualan di sekitar alun-alun menerangkan bahwa dengan berdagang pemenuhan kebutuhan keluarga yang semakin hari semakin meningkat dapat terpenuhi, hanya saja masih ada beberapa kendala yang dihadapi oleh pedagang untuk meningkatkan penghasilan seperti banyaknya pedagang yang menjual barang yang sama sehingga terjadi sepi pembeli dan tempat berjualan yang membuat para pedagang menjadi khawatir jika suatu saat terjadi razia mendadak.

Untuk itu perlu adanya strategi berdagang yang merupakan salah satu cara atau langkah-langkah yang dilakukan agar mampu mempertahankan kelangsungan hidupnya dalam usaha-usaha yang akan dilakukan pedagang kaki lima. Dengan adanya strategi tersebut diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan keluarga para pedagang, karena kesejahteraan keluarga penting sekali untuk menuju masyarakat yang adil dan makmur. Mungkin sekali untuk mencapai masyarakat yang makmur lebih mudah daripada mencapai masyarakat yang adil. Yang pertama berhubungan erat dengan kesejahteraan material, sedangkan yang kedua lebih banyak berhubungan dengan kesejahteraan moral.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul *“Strategi Pedagang Kaki Lima Di Alun-Alun Kota Probolinggo Dalam Meningkatkan Pendapatan”*.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, disimpulkan fokus penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pedagang kaki lima dalam meningkatkan pendapatan?
2. Apa saja kendala yang dihadapi oleh pedagang kaki lima dalam meningkatkan pendapatan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini berhubungan dengan rumusan masalah penelitian. Berpedoman pada masalah yang dirumuskan, penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mendeskripsikan strategi pedagang kaki lima dalam meningkatkan pendapatan.
2. Mendeskripsikan kendala yang dihadapi oleh pedagang kaki lima dalam meningkatkan pendapatan.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berisi tentang apa yang akan diberikan setelah selesai melakukan penelitian. Adapun manfaat dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih pengetahuan terhadap masalah yang akan diteliti. Khususnya mengenai strategi pedagang kaki lima dalam meningkatkan pendapatan studi pada pedagang kaki lima di alun-alun kota probolinggo dan dapat digunakan

sebagai bahan acuan bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Menambah pengetahuan serta wawasan secara nyata dan berguna untuk pengembangan dalam menerapkan ilmu/pengetahuan yang sudah didapat dibangku kuliah. Khususnya pengetahuan tentang strategi pedagang kaki lima dalam meningkatkan pendapatan serta penelitian ilmiah ini dapat memenuhi syarat sebagai laporan atau tugas akhir untuk memperoleh gelar Sarjana Srata (S1).

b. Bagi Instansi UIN KHAS Jember

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi atau bahan acuan bagi pembaca dan peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian yang linier dengan penelitian ini.

c. Bagi Masyarakat

Diharapkan dapat menambah wawasan bagi para pembaca, menambah pengetahuan, dan memberikan pemahaman terkait dengan strategi pedagang kaki lima dalam meningkatkan pendapatan.

E. Definisi Istilah

Definisi istilah berisi tentang pengertian istilah-istilah penting yang menjadi titik perhatian peneliti dalam judul penelitian. Tujuannya agar tidak terjadi kesalahpahaman terhadap makna istilah sebagaimana yang dimaksud peneliti.

1. Strategi

Strategi ialah cara dan alat yang digunakan untuk mencapai tujuan akhir (sasaran atau *objective*). Strategi harus mampu membuat semua bagian dari suatu organisasi yang luas menjadi satu, terpadu untuk mencapai tujuan akhir ini adalah masalah kegiatan operasi organisasi. Keberhasilan ialah perpaduan yang baik antara strategi dengan pelaksanaan. Strategi yang baik, pelaksanaan yang buruk akan melahirkan masalah, dan strategi buruk, pelaksanaan baik juga menimbulkan masalah.

2. Pedagang Kaki Lima

Secara umum, pedagang dapat diartikan sebagai penyalur barang dan jasa-jasa perkotaan. Pedagang kaki lima (PKL) adalah pedagang kecil yang umumnya berperan sebagai penyalur barang-barang dan jasa ekonomi kota. Keberadaan pedagang kaki lima dapat ditemukan negara maju maupun berkembang. Pedagang kaki lima merupakan usaha kecil yang dilakukan oleh masyarakat yang berpenghasilan rendah (gaji harian) dan mempunyai modal yang terbatas.⁶

3. Pendapatan

Pendapatan adalah total penerimaan yang dimiliki suatu unit usaha yang diperoleh dari hasil penjualan untuk kebutuhan makan, tempat tinggal, pajak, dan lain sebagainya. Sehingga dapat di tarik kesimpulan bahwasanya maksud dari judul di atas adalah suatu cara yang dilakukan

⁶ Agus Winoto, dkk, Jurnal Kajian Karakteristik Dan Faktor Pemilihan Lokasi Pedagang Kaki Lima Di Kota Yogyakarta,

oleh para pedagang kaki lima di Alun-alun Kota Probolinggo untuk meningkatkan pendapatannya demi mencukupi segala kebutuhan yang diperlukan.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan berisi tentang alur pembahasan skripsi yang mulai dari bab pendahuluan hingga bab penutup.⁷ Adapun sistematika pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bab 1, pendahuluan. Dalam bab ini membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan masalah, manfaat penelitian, definisi istilah, dan diakhiri dengan sistematika pembahasan.

Bab II, kajian pustaka. Pada bab ini membahas tentang kajian kepustakaan yang didalamnya memuat penelitian terdahulu, pada bagian ini dicantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang akan dilakukan. Setelah itu masuk pada kajian teori yang dijadikan sebagai pijakan dalam melakukan penelitian.

Bab III, metode penelitian. Di dalamnya memuat tentang pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subyek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data, dilanjutkan dengan tahap-tahap penelitian.

Bab IV, penyajian data. Di dalamnya memuat tentang gambaran obyek penelitian, penyajian data dan analisis, pembahasan penemuan.

Bab V, penutup atau kesimpulan dan saran. Bab ini merupakan akhir dari keseluruhan penulisan skripsi. Dalam bab ini dikemukakan dari

⁷ Tim Penyusun, Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, 48.

keseluruhan kajian yang merupakan jawaban dari permasalahan dan dikemukakan juga.



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

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini peneliti mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan, kemudian membuat ringkasannya baik penelitian yang sudah terpublikasikan atau belum terpublikasikan yang berupa (skripsi, tesis, disertasi dan sebagainya).⁸ Beberapa penelitian yaitu sebagai berikut :

Pertama, Ari Wahyu Handayani, *“Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omzet Dagang Pedagang Kaki Lima Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi di Pasar Karanggede)”* Skripsi, Semarang: Universitas Negeri Walisongo, 2020. Tujuan dalam penelitian tersebut untuk. Hasil penelitian antara lain 1) Keberadaan toko atau usaha ritel merupakan suatu yang tidak dapat dihindari. Karena pelaku ekonomi jenis ini merupakan penjual langsung suatu produk kepada konsumen tingkat akhir. 2) Kemudian dari strategi-strategi tersebut dikaji menurut perspektif hukum islam dan memberikan hasil sebagai berikut: terhadap strategi yang dilakukan oleh pedagang kaki lima Pasar Karanggede, mayoritas atau sebagian besar sudah merupakan barang yang secara umum merupakan barang yang halal untuk diperjual belikan

⁸ Tim Revisi Buku Pedoman Karya Tulis Ilmiah IAIN Jember, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 45.

Kedua, Elvina Fiskayola, *“Peran Wanita Pedagang Kaki Lima Dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga Di Pasar Danau Bingkuang Menurut Tinjauan Ekonomi Syariah”* Skripsi, Riau: UIN Sultan Syarif Kasim, 2019. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui peran wanita pedagang kaki lima di pasar Danau Bingkuang dalam meningkatkan pendapatan keluarga, dan bagaimana tinjauan ekonomi syariah terhadap peran wanita pedagang kaki lima dalam meningkatkan pendapatan keluarga. Hasil penelitian antara lain peran wanita pedagang kaki lima di pasar Danau Bingkuang dalam upaya meningkatkan pendapatan keluarga adalah menambah dan meningkatkan kondisi perekonomian yang lemah menjadi perekonomian yang lebih adapun bentuk meningkatkan pendapatan itu sendiri ialah dapat membantu suami, untuk memenuhi kebutuhan pokok keluarga, seperti kebutuhan, papan, pangan dan sandang serta pendidikan dan kesehatan dapat dipenuhi dengan wanita berdagang untuk meningkatkan pendapatan keluarga yang tidak bertentangan dengan syari’at islam.

Ketiga, Indah Sundari, *“Strategi Pedagang Kaki Lima Dalam Meningkatkan Penghasilan Untuk Kesejahteraan Keluarga Studi Pada Pedagang Kaki Lima di Jalan Arif Rahman Hakim Telanaipura Kota Jambi”* Skripsi, Jambi: UIN Sulthan Thaha Saifuddin, 2019. Tujuan dalam penelitian tersebut untuk mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan oleh pedagang kaki lima (PKL) dalam meningkatkan penghasilan untuk kesejahteraan keluarga, dan apa saja kendala yang dihadapi oleh pedagang kaki lima dalam meningkatkan penghasilan untuk kesejahteraan keluarga. Hasil penelitian

diantaranya strategi yang dilakukan pedagang kaki lima yaitu menjaga kualitas produk, penetapan harga produk yang sesuai, melakukan promosi, pemilihan tempat yang strategis, dan memberikan pelayanan yang terbaik kepada para pembeli dan kendala yang dihadapi oleh pedagang kaki lima meliputi kendala lokasi usaha dan kendala modal usaha.

Keempat, Isty Evrilia Rahayu, “Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Alun-Alun Ponorogo” Skripsi, Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2020. Tujuan dalam penelitian adalah untuk mengetahui strategi bisnis yang tepat dalam meningkatkan pendapatan pedagang kaki lima di Alun-Alun Ponorogo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa saat ini tingkat keramaian dan eksistensi dari alun-alun Ponorogo mulai menurun, minat masyarakat untuk mengunjungi Alun-Alun Ponorogo semakin berkurang sehingga seringkali Alun-Alun Ponorogo sangat sepi jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Karena hal tersebut membuat pendapatan para pedagang semakin berangsur menurun. Disinyalir karena semakin banyaknya pesaing dari luar yang membuat konsumen beralih.

Kelima, Nazipa Sapitri, “Strategi Pedagang Masa Covid-19 Terhadap Pendapatan Pedagang Kaki Lima Muslim di Pasar Malioboro Kota Jambi” Skripsi, Jambi: UIN Sultan Thaha Saifuddin, 2021. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi pedagang masa Covid-19 terhadap pendapatan pedagang kaki lima muslim di Pasar Malioboro Kota Jambi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan para pedagang yaitu menggunakan strategi pemasaran seperti menjaga kualitas produk, mempromosikan produk,

pelayanan yang baik, penetapan harga yang sesuai dipasaran, serta pemilihan tempat yang strategis, PKL juga menggunakan strategi melalui informasi dari mulut ke mulut. Penentuan strategi harga ditentukan oleh pedagangn dengan mempertimbangkan aspek rasional dengan tawar menawar yang diberlakukan untuk pendapatan para PKL pada masa Covid-19 ini rata-rata menurun 80%.

Keenam, Ricky Feby Styawan, “Kehidupan Pedagang Kaki Lima Terhadap Kesejahteraan Keluarga di Depan Kampus Alauddin Alauddin Makassar Samata Gowa” Skripsi, Makassar: UIN Alauddin Makassar, 2019. Tujuan dalam penelitian untuk mengetahui bagaimana kehidupan sosial pedagang kaki lima dan masalah yang dihadapi dalam kesejahteraan keluarga dari aspek ekonomi dan pendidikan di depan kampus UIN Alauddin Makassar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kehidupan pedagang kaki lima dalam aspek ekonomi di depan kampus dua UIN Aluddin Makassar sangat membantu dalam mensejahterakan keluarganya yang bekerja sebagai pedagang kaki lima (PKL), sehingga dapat menanggulangi tingkat atau jumlah pengangguran yang ada di kota Makassar. Selain itu ditemukan juga beberapa pedagang kaki lima (PKL) yang sudah mampu memperkejakan orang lain sebagai karyawan.

Ketujuh, Merry Yanti, “Peran Pembiayaan Murabahah Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Pedagang Kaki Lima di Pasar Sukoharjo 3 (Studi Pada Bmt Assyafi’iyah Sukoharjo Pringsewu” Skripsi, Lampung: UIN Raden Intan, 2018. Tujuan dalam penelitian untuk mengetahui pelaksanaan pembiayaan murabahah di BMT Assyafi’iyah Sukoharjo Pringsewu dan untuk

mengetahui kesejahteraan anggota setelah menerima pembiayaan murabahah di BMT Assyafi'iyah Sukoharjo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran pembiayaan murabahah di BMT Assyafi'iyah Sukoharjo Pringsewu menggunakan akad jual beli, harga yang telah disepakati antara pihak BMT Assyafi'iyah Sukoharjo Pringsewu dengan anggota tidak tergantung dengan jangka waktu pembayaran, keuntungan berbentuk margin penjualan yang disepakati kedua belah pihak, pembayaran harga barang dilakukan secara tidak tunai oleh anggota, BMT Assyafi'iyah mengenakan jaminan pada anggota.

Kedelapan, Winda Faradila, "Pengorganisasian Pedagang Kaki Lima Dalam Mewujudkan Kesejahteraan Ekonomi di Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Suko Kecamatan Sukodono Kabupaten Sidoarjo" Skripsi, Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2021. Tujuan penelitian antara lain 1). Untuk mengetahui bagaimana proses pengorganisasian pedagang kaki lima dalam mewujudkan kesejahteraan ekonomi di masa pandemi covid-19 di Desa Suko Legok Kec Sukodono Kab Sidoarjo. 2). Untuk melihat bagaimana relevansi pengorganisasian pedagang kaki lima dalam mewujudkan kesejahteraan ekonomi dengan dakwah pengembangan masyarakat islam. Hasil penelitian dari proses pengorganisasian dalam mewujudkan kesejahteraan ekonomi yaitu dengan melakukan program pelatihan wirausaha yang dimana menambahkan wawasan dan inovasi dalam berdagang dan mengajak pedagang kaki lima berdagang sesuai dengan syariat islam dan apa yang sudah di terapkan oleh

para nabi dan sahabat yaitu dengan melakukan 4 prinsip, memiliki sifat Shiddiq, Amanah, Tabliq dan Fathanah.

Kesembilan, Zulionara Adhyarini, “Dampak Praktik Pemanfaatan Lahan di Aloon-aloon Ponorogo Terhadap Ekonomi Pedagang Kaki Lima (PKL)” Tesis, Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2020. Tujuan penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Pertama: Pemanfaatan lahan di Aloon-aloon Ponorogo dilaksanakan sesuai dengan Peraturan Bupati Ponorogo Nomor 32 Tahun 2016 Tentang Perubahan Tarif Retribusi Pemakaian Kekayaan Daerah. Adapun pengelolanya adalah DisPerdagkum (Dinas Perdagangan Koperasi dan Usaha Mikro) dan dibantu oleh Bagian Umum Tata Usaha Pemkab Ponorogo. Kedua, Manajemen kolaborasi sewa lahan di Alun-alun Ponorogo dilaksanakan oleh Dinas Disperdagkum, berkolaborasi dengan Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) dan Dinas Perhubungan. Ketiga: Pemanfaatan lahan alun-alun membawa dampak kesejahteraan ekonomi yang cukup besar, utamanya terhadap ekonomi Pedagang Kaki Lima (PKL) juga dampak terhadap pemerintah daerah (sebagai pengelola), dan dampak terhadap ekonomi masyarakat.

Kesepuluh, Nurul Aulia Dewi, “Analisis Strategi Pemasaran Pedagang Kaki Lima di Jembatan Tabayang Kota Tanjung Balai” Skripsi, Medan: UIN Sumatera Utara, 2019. Tujuan dalam penelitian untuk memperoleh informasi tentang Strategi Pemasaran yang diterapkan oleh para Pedagang Kaki Lima (PKL) di Jembatan Tabayang dalam persaingan pasar dan meningkatkan pendapatan. Hasil penelitian dengan indikator strategi produk, harga,

distribusi, promosi menunjukkan bahwa PKL menerapkan penyempurnaan kualitas, ciri khas dari produk, kemasan produk dan model dari produk yang didagangkan, memposisikan produk melalui harga kemasan pada konsumen dan produksi, mengandalkan lokasi yang strategis, kenyamanan tempat para konsumen dan menggunakan promosi langsung karena keterbatasan pengetahuan para PKL mengenai strategi pemasaran.

Tabel 2.1
Tabulasi Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Ari Wahyu Handayani (2020)	Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omzet Dagang Pedagang Kaki Lima Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi di Pasar Karanggede)	1) Metode penelitian diskriptif kualitatif	1) Fokus Penelitian tinjauan ekonomi islam terhadap strategipemasaran
2	Elvina Fiskayola (2019)	Peran Wanita Pedagang Kaki Lima Dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga di Pasar Danau Bingkuang Menurut Tinjauan Ekonomi Syariah	1) Teknik pengumpulan data menggunakan teknik dokumentasi	1) Fokus Penelitian lebih ke peran wanita
3	Indah Sundari (2019)	Strategi Pedagang Kaki Lima Dalam Meningkatkan Penghasilan Untuk Kesejahteraan Keluarga Studi Pada Pedagang Kaki Lima di Jalan Arif Rahman Hakim Telanaipura Kota Jambi	1) Metode pengumpulan data dengan menggunakan metode wawancara dan observasi	1) Subjek Penelitian 2) Lokasi penelitian

No	Penulis	Judul	Persamaan	Perbedaan
4	Isty Evrilia Rahayu (2020)	Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kaki Lima Di Alun-Alun Ponorogo	1) Metode untuk mendapatkan data menggunakan penelitian lapangan (field research)	1) Subjek Penelitian 2) Fokus penelitian lebih ke analisis data lingkungan eksternal dan internal pedagang kaki
5	Nazipa Sapitri (2021)	Strategi Pedagang Masa Covid-19 Terhadap Pendapatan Pedagang Kaki Lima Muslim di Pasar Malioboro Kota Jambi	1) Metode wawancara secara langsung dan observasi	1) Fokus Penelitian lebih ke strategi pedagang masa Covid-19 2) Subjek Penelitian
6	Ricky Feby Styawan (2019)	Kehidupan Pedagang Kaki Lima Terhadap Kesejahteraan Keluarga di Depan Kampus UIN Alauddin Makassar Samata Gowa	1) Alur analisis data melalui reduksi data, penyajian data, dan menyimpulkan data	1) Fokus Penelitian analisis bagaimana kehidupan pedagang kaki lima 2) Subjek Penelitian
7	Merry Yanti (2018)	Peran Pembiayaan Murabahah Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Pedagang Kaki Lima di Pasar Sukoharjo 3 (Studi Pada BMT Assyafi'iyah Sukoharjo Pringsewu	1) Metode kualitatif dengan melalui survey secara langsung dan wawancara tidak terstruktur	1) Fokus Penelitian Peran Pembiayaan Murabahah Dalam Meningkatkan Kesejahteraan 2) Subjek Penelitian
8	Winda Faradila, (2021)	Pengorganisasian Pedagang Kaki Lima Dalam Mewujudkan Kesejahteraan Ekonomi di Masa Pandemi Covid-19 di Desa Suko Kecamatan Sukodono	1) Metode wawancara secara langsung analisis yang digunakan	1) Fokus Penelitian Bagaimana proses Pengorganisasian Pedagang kaki lima (PKL) Dalam Mewujudkan Kesejahteraan

No	Penulis	Judul	Persamaan	Perbedaan
		Kabupaten Sidoarjo		Ekonomi 2) Subjek Penelitian
9	Zulionara Adhyarini (2020)	Dampak Praktik Pemanfaatan Lahan di Aloon-aloon Ponorogo Terhadap Ekonomi Pedagang Kaki Lima (PKL)	1) Pengumpulan data melalui survey dan observasi	1) Fokus Penelitian dampak pelaksanaan , pemanfaat, dan manajeme kolaborasi sewa lahan 2) Subjek Penelitian
10	Nurul Aulia Dewi (2019)	Analisis Strategi Pemasaran Pedagang Kaki Lima di Jembatan Tabayang Kota Tanjung Balai	1) Pengumpulan data melalui survey secara langsung	1) Subjek Penelitian 2) Lokasi penelitian

Sumber : Skripsi tahun 2018-2021

B. Kajian Teori

1. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu. Merumuskan strategi pemasaran berarti melaksanakan prosedur tiga langkah secara sistematis, bermula dari strategi segmentasi pasar, strategi penentuan pasar sasaran, dan strategi penentuan posisi pasar. Ketiga strategi tersebut adalah kunci di dalam manajemen pemasaran.⁹

⁹ Dimas Hendika Wibowo, dkk, Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm (Studi pada Batik Diajeng Solo), Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 29 No.1 Desember 2015

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 wirausaha perlu mengetahui bagaimana cara menjalankan bisnis dengan baik, diantaranya :

- a. Keterampilan melihat peluang usaha yang ada disekitar
- b. Kesiediaan dan keberanian menanggung risiko yang mungkin terjadi
- c. Pemahaman dasar tentang model bisnis (usaha)
- d. Aktif menjaga reputasi yang telah berjalan
- e. Mengembangkan jaringan sebagai jembatan kelangsungan bisnis (usaha)

Ada beberapa komponen dari bauran pemasaran atau marketing mix untuk masuk ke pasar, yaitu¹⁰ :

- a. Produk

Menurut Kotler dan Armstrong, produk adalah kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pasar sasaran.

Ada tiga *alternatif* pengembangan strategi produk, yaitu:

- 1) Pertumbuhan *intensif* dengan tujuan untuk meningkatkan market share dengan menggunakan strategi penterasi pasar
- 2) Pertumbuhan *integratif* dengan tujuan membuat produk baru dengan menggunakan strategi pengembangan pasar

¹⁰ Philip Kotler dan Gary Armstrong, Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi ke-12

- 3) Pertumbuhan *diversifikasi* dengan tujuan memperluas pasar sasaran dengan menggunakan strategi pengembangan pasar.

b. Harga

Menurut Kotler dan Armstrong, harga adalah jumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk memperoleh produk. Ada tiga strategi harga yang umumnya digunakan perusahaan, yaitu¹¹ :

- 1) Penetapan harga berdasarkan biaya (*Cost Based Pricing*) dengan tujuan untuk menghasilkan produk yang menggunakan metode penerapan harga berdasarkan biaya yang dikeluarkan
- 2) Penetapan harga berdasarkan persepsi calon konsumen terhadap nilai barang (*Value Based Pricing*)
- 3) Penetapan harga berdasarkan nilai dengan tujuan untuk menetapkan suatu harga produk yang menggunakan penilaian atau persepsi dari pembeli dan bukan dari biaya penjualan
- 4) Penetapan harga berdasarkan persaingan (*Competition Based Pricing*) yaitu mengambil keputusan penetapan harga dengan cara mempertimbangan harga yang ditetapkan oleh pesaing terlebih dahulu.

c. Promosi

Promosi adalah aktivitas yang menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan membeli. Menurut Kotler dan Armstrong, ada beberapa cara dalam melakukan kegiatan promosi, yaitu :

¹¹ Handito Joewono, *Strategy Management* (Jakarta: Arrbey, 2012), 154-155.

- 1) *Advertising* (Periklanan) adalah komunikasi yang bersifat non-personal, yang dibayar dan digunakan oleh suatu sponsor yang ditunjuk untuk menyampaikan kepada khalayak mengenai produk.
- 2) *Sales Promotion* (Promosi Penjualan) adalah kegiatan promosi jangka pendek yang dirancang untuk merangsang konsumen agar tetap setia pada produsen
- 3) *Personal Selling* (Penjualan Pribadi) adalah metode dengan cara berkomunikasi tatap muka dengan calon-calon pelanggan untuk memenuhi kebutuhannya dan menstimulasi pembelian
- 4) *Public Relations* (Hubungan Masyarakat) adalah suatu bentuk publisitas yang dibentuk dan dikendalikan oleh perusahaan. Tujuannya untuk membangun reputasi yang baik kepada pelanggan. Dengan adanya metode promosi maka diharapkan perusahaan dapat menyampaikan empat hal kepada konsumen yaitu membuat mereka sadar terhadap kehadiran produk, membuat mereka mengenal lebih jauh, membujuk agar menyukai produk, dan membujuk agar membeli produk.

2. Pendapatan

a. Pengertian

Dalam kamus besar bahasa indonesia arti dari pendapatan adalah hasil kerja usaha dan sebagainya yang digunakan untuk

kebutuhan makan, tempat tinggal, pajak dan sebagainya.¹² Pendapatan atau juga disebut *income* dari seorang warga masyarakat adalah hasil penjualan dari faktor-faktor produksi yang dimilikinya, 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.¹³

b. Kategori Pendapatan

Pendapatan terbagi menjadi dalam beberapa kategori, yaitu¹⁴:

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

¹² Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Kedua, (Jakarta: Balai Pustaka, 1989), h. 551

¹³ Sadono Sukirno, Pengantar Mikro Ekonomi (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 1994), 64

¹⁴ Gilarso, Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro (Yogyakarta: Kanius, 1998), 380

- 4) Sewa adalah jasa yang diterima oleh pemilik atas penggunaan hartanya seperti tanah, rumah atau barang-barang tahan lama
- 5) 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*)

c. Usaha-Usaha Peningkatan Pendapatan

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 lain¹⁵:

- 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

¹⁵ M. Ridwan, dkk, Pengantar Ekonomi Mikro & Makro Islam (Bandung: Cipta Pustaka Media, 2013), 89.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif yaitu salah satu metode untuk mendapatkan kebenaran dan tergolong sebagai penelitian ilmiah yang dibangun atas dasar teori-teori yang berkembang dari penelitian dan terkontrol atas dasar *empirik*. Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan *deskriptif* yang artinya menggali sumber dari hasil dokumentasi dan wawancara yang dilakukan secara langsung ke lapangan. Jenis penelitian yang digunakan adalah studi kasus yang artinya pendekatan kualitatif yang penelitiannya mengeksplorasi kehidupan nyata, terbatas oleh waktu dan tempat, melalui pengumpulan data yang detail dan mendalam yang melibatkan beberapa informasi atau sumber informasi seperti pengamatan, wawancara, dokumen, dan berbagai laporan.¹⁶

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat atau dimana penelitian dilakukan untuk memperoleh informasi dan sumber data yang dibutuhkan peneliti. Sesuai dengan judul penelitian, penelitian ini dilakukan di Alun-Alun Kota Probolinggo. Pemilihan tempat penelitian didasarkan pada fakta

¹⁶John W. Creswell, *Penelitian kualitatif & desain riset*(Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015).

bahwa banyaknya jumlah masyarakat Probolinggo yang berjualan disekitar Alun-Alun untuk keberlangsungan hidupnya. Meskipun pada dasarnya berjualan di area tersebut dilarang oleh pemerintah, namun para pelaku PKL masih tetap melanggar aturan tersebut dengan menggunakan strategi atau caranya sendiri. Dengan begitulah peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di tempat ini.

C. Subyek Penelitian

Penentuan subjek penelitian menggunakan teknik *purposive* yang artinya teknik penentuan informan dengan pertimbangan tertentu.¹⁷ *Purposive* merupakan teknik pengambilan sumber data yang dilandasi dengan tujuan atau pertimbangan tertentu. Pertimbangan ini misalnya orang yang dijadikan sebagai informan adalah orang yang dianggap paling tahu tentang informasi yang peneliti butuhkan atau informan merupakan sosok yang tepat dan lengkap dalam menggali data. Dalam penelitian ini, subjek penelitian atau informan yang terlibat dalam mengatasi permasalahan yang dikaji di antaranya:

1. Bapak Umar selaku Kasi Trantib Kecamatan Kanigaran
2. Ibuk Sumiati selaku PKL pedangan es buah selama tahunan di sekitar Alun-Alun Kota Probolinggo
3. Ibuk Rohimah selaku PKL pedagang nasi pecel selama 5 tahunan di sekitar Alun-Alun Kota Probolinggo

¹⁷ Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D" 2018. hlm, 95.

4. Ibuk Ida selaku PKL pedagang sate padang selama 3 tahunan di sekitar Alun-Alun Kota Probolinggo
5. Ibuk Yunita selaku PKL pedagang Es Buah Pelangi selama 2 tahunan di sekitar Alun-Alun Kota Probolinggo
6. Bapak Roni selaku PKL pedagang gorengan selama 4 tahunan di sekitar Alun-Alun Kota Probolinggo
7. Bapak Suhadi selaku PKL pedagang pulsa selama 3 tahunan di sekitar Alun-Alun Kota Probolinggo
8. Bapak Udin selaku PKL pedagang siomay selama 2 tahunan di sekitar Alun-Alun Kota Probolinggo

D. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan suatu hal yang sangat penting dalam penelitian karena metode ini merupakan strategi untuk mendapatkan data yang diperlukan.¹⁸ Adapun pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi atau pengamatan merupakan aktivitas pencatatan fenomena yang dilakukan secara sistematis.¹⁹ Dalam melakukan metode observasi ini, peneliti melakukan pengamatan di lokasi peneliti untuk menggali informasi dan mencatat hal-hal yang menjadi fokus permasalahan peneliti terkait dengan gejala-gejala penelitian. Dalam observasi ini, peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang

¹⁸ Basrowi. Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Rineka Cipta, 2008).

¹⁹ Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial* (Yogyakarta: Erlangga, 2009).

sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian. Sambil melakukan pengamatan, peneliti ikut melakukan apa yang dikerjakan oleh sumber data, dan ikut merasakan suka dukanya. Dengan observasi partisipasi ini, maka data yang diperoleh akan lebih lengkap, tajam, sampai mengetahui pada tingkat makna dari setiap perilaku yang nampak. Adapun data yang ingin diperoleh dengan menggunakan teknik ini yaitu :

- a. Strategi yang dilakukan pedagang kaki lima dalam meningkatkan penghasilan untuk kesejahteraan keluarga
- b. Mengetahui kendala yang dihadapi oleh pedagang kaki lima dalam meningkatkan pendapatan

2. Wawancara

Metode wawancara adalah suatu teknik pengumpulan data dalam sebuah penelitian dengan jalan mengadakan dialog dengan responden.

Sementara itu, dalam buku Burhan mengatakan bahwa wawancara adalah suatu cara mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan, dengan maksud mendapatkan gambaran lengkap tentang topik yang diteliti.

Secara garis besar, metode wawancara terdapat dua jenis yaitu berstruktur dan tak terstruktur.²⁰ Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik wawancara tak terstruktur dalam proses pengumpulan data. Karena peneliti terlebih dahulu memilih responden

²⁰ Suryani, *Metode Riset Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2016), 184.

atau informan sebagai kuncinya. Dan pertanyaan yang diajukan pun tidak selalu dalam urutan yang sama dengan daftar pertanyaan.

Data yang diperoleh peneliti dengan metode pengumpulan data dengan teknik wawancara adalah pelaksanaan pemasaran melalui strategi dari pedagang kaki lima dalam meningkatkan pendapatan, serta kendala apa yang dihadapi oleh pedagang kaki lima dalam meningkatkan pendapatan.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental seseorang.²¹ Dokumentasi digunakan untuk lebih memperkuat data yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara, sehingga memungkinkan peneliti dapat menganalisis, memperkuat hasil observasi dan wawancara.

Metode ini digunakan untuk memperoleh data tentang bagaimana strategi pedagang kaki lima di Alun-Alun Kota Probolinggo dalam meningkatkan pendapatan. Dokumen yang diperoleh dan yang diharapkan adalah data tentang strategi yang dilakukan oleh pedagang kaki lima di Alun-Alun Kota Probolinggo dalam meningkatkan pendapatnya yang valid serta diakui kebenarannya.

E. Analisis Data

Mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan *hipotesis* kerja seperti

²¹Winarmo Surachma, *Dasar dan Teknik Research* (Bandung: Cv Tarsito, 2000), 134.

yang disarankan oleh data.²² Adapun tahap dalam analisis data yaitu: reduksi data, penyajian data, dan menarik kesimpulan atau verifikasi.

1. Reduksi Data

Tahap ini merupakan bentuk analisis untuk menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, meringkas dan mengorganisasi data. Reduksi data yang dilakukan oleh peneliti dimulai dengan transkrip data hasil wawancara dengan informan, kemudian menggolongkan beberapa rekaman, transkrip, dan dokumentasi.

2. Penyajian Data

Penyajian data adalah sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dalam penelitian ini data disusun secara naratif dalam bentuk sub bab, uraian singkat, hubungan antar kategori berdasarkan uraian teori yang disajikan. Dengan penyajian data, maka akan memudahkan pembaca dalam memahami data-data lapangan yang sudah didapatkan oleh peneliti.

3. Menarik Kesimpulan

Penarikan kesimpulan hanyalah sebagian dari suatu kegiatan konfigurasi yang utuh. Kesimpulan juga di verifikasi selama peneliti berlangsung dan makna yang muncul dari data harus diuji kebenarannya, kekokohannya dan kecocokannya yakni yang merupakan validitasnya. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknis analisis deskriptif, dalam hal ini peneliti berusaha menggambarkan tentang strategi pedagang

²²Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 280.

kaki lima dalam meningkatkan penghasilan untuk kesejahteraan keluarga studi pada pedagang kaki lima di Alun-Alun Kota Probolinggo. Maka dari itu, data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi digambarkan dalam bentuk kata-kata atau kalimat, bukan dalam bentuk angka-angka atau persentase seperti penelitian kuantitatif.

F. Keabsahan Data

Sebagai pembuktian validasi atau keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi artinya teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Peneliti mengumpulkan data sekaligus menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang diperoleh melalui beberapa sumber. Peneliti menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk sumber data yang sama. Data yang dianalisis menghasilkan suatu kesimpulan yang nantinya akan diminta kesepakatan/keterangan dengan tiga sumber data tersebut.²³

G. Tahap-Tahap Penelitian

Pada bagian ini, peneliti akan menguraikan proses pelaksanaan penelitian yang dilakukan peneliti mulai awal hingga akhir. Adapun tahap-tahap penelitian sebagai berikut :

1. Tahap pra lapangan
 - a. Menyusun rencana penelitian

²³Laxy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Roda Karya, 2005).

Pada tahap ini, peneliti membuat rancangan penelitian terlebih dahulu, seperti mengumpulkan permasalahan yang dapat diangkat sebagai judul penelitian. Kemudian lanjut pada pengajuan judul, penyusunan proposal mini yang selanjutnya dikonsultasikan dengan dosen pembimbing, sampai pada penyusunan proposal hingga diseminarkan.

b. Memilih lapangan penelitian

Sebelum melakukan penelitian, peneliti harus memutuskan lokasi penelitian. Peneliti memilih lokasi di Alun-Alun Kota Probolinggo.

c. Memilih dan memanfaatkan informan

Pada tahap ini, peneliti memilih beberapa informan yang dianggap dapat memberikan informasi yang layak.

d. Menyiapkan peralatan penelitian

Tahap terakhir adalah peneliti menyiapkan beberapa peralatan yang diperlukan saat melakukan penelitian, diantaranya buku catatan, buku referensi dan lain-lainnya.

2. Tahap pelaksanaan penelitian

Pada tahap ini peneliti mengadakan observasi dengan melibatkan beberapa informan untuk memperoleh data. Yaitu selaku pedagang kaki lima (PKL) di Alun-Alun Kota Probolinggo. Yaitu Bapak Umar, Ibuk Sumiati, Ibuk Rohimah, dan Bapak Hamim selaku PKL di Alun-Alun Kota Probolinggo.

3. Tahap penyelesaian

Tahap ini merupakan tahap yang paling terakhir dari sebuah penelitian. Pada tahap ini peneliti menyusun data yang telah dianalisis dan kemudian disimpulkan dalam bentuk karya ilmiah yang berlaku di Universitas Islam Negeri Khas Jember.



BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian

1. Profil Kota Probolinggo

Kota Probolinggo berada di daerah tapal kuda Jawa Timur dengankondisi geografis terletak pada 7 derajat 43"41 sampai dengan 7 derajat 49"04 Lintang Selatan dan 113 derajat 10; sampai dengan 113 derajat 15; bujur timur dengan luas wilayah 56,667 km². Selain itu kota Probolinggo adalah daerah yang menjadi titik transit yang menghubungkan kota-kotadari Surabaya ke kota Timur Jawa seperti Situbondo, Jember, dan Banyuwangi dan bahkan bisa melanjutkan penyebrangan ke pulau Bali. Kota Probolinggo mempunyai perbatasan yang memisahkan Kota Probolinggo dengan daerah atau kota kabupaten sebelah. Adapun batasan wilayah dari administrasi dari Kota Probolinggo adalah :

- a. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kabupaten Probolinggo
- b. Sebelah Utara berbatasan dengan Selat Madura
- c. Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Dringu wilayah dari Kabupaten Probolinggo
- d. Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Sumberasih wilayah Kabupaten Probolinggo

Kota Probolinggo adalah kota yang terpit oleh perbatasan wilayah administrasi Kabupaten Probolinggo, di mana luas wilayah

administrasi dari Kota Probolinggo sendiri hanya seluas 56.667km². Kota Probolinggo mempunyai 5 kecamatan diantaranya adalah Kecamatan, Kedupok, Mayangan, Kanigaran, Wonoasih, Kademangan.²⁴

2. Gambaran Pedagang Kaki Lima (PKL) Di Alun-Alun Kota Probolinggo

Alun-alun Kota Probolinggo berada di Jl. KH Mas Mansyur, Mangunharjo, Mayangan, Kota Probolinggo, Jawa Timur, 67219. Alun-alun Kota Probolinggo merupakan lokasi yang strategis untuk melakukan kegiatan jual beli bagi Pedagang Kaki Lima, karena tempatnya yang ramai dan banyak diminati para pembeli. Sekeliling Alun-alun Kota Probolinggo banyak ditemui para Pedagang Kaki Lima yang menjajakan dagangannya, meskipun ruas jalan bisa terbilang lebar namun ketika jalan dipadati kendaraan seperti mobil, becak, sepeda motor, mobil pengangkut barang. Kemudian menjadikan jalan tidak lagi teratur dan kurang tertib hingga menimbulkan kemacetan jalan. Pedagang yang berada di Alun-alun Kota Probolinggo pada awalnya hanya berjumlah sepuluh orang saja. Perkembangan Pedagang Kaki Lima di Alun-alun Kota Probolinggo dimulai semenjak masyarakat perkotaan mengenal sektor informal. Seiring dengan perkembangannya, Pedagang Kaki Lima yang berada di Alun-alun Kota Probolinggo semakin ramai. Sehingga banyak pedagang yang bergerak di bidang kuliner.²⁵

²⁴Dokumentasi Kota Probolinggo

²⁵Dokumentasi Kota Probolinggo

3. Visi Misi Kota Probolinggo

Adapun Visi dan Misi Kota Probolinggo adalah sebagai berikut²⁶:

a. Visi

“Membangun bersama rakyat untuk Kota Probolinggo yang lebih baik, berkeadilan, sejahtera, transparan, aman dan berkelanjutan”.

b. Misi

- 1) Pembangunan ekonomi yang berdaya saing berbasis sektor potensial
- 2) Sumberdaya manusia dan kesejahteraan sosial yang berkualitas
- 3) Infrastruktur dan lingkungan hidup yang berkelanjutan
- 4) Tatakelola pemerintahan dan pelayanan publik yang baik

4. Prioritas Pembangunan

- a. Menciptakan pemerintahan yang profesional, melayani warga secara prima
- b. Meningkatkan kualitas dan aksesibilitas pendidikan melalui Bantuan Operasional Sekolah Daerah sekolah negeri dan swasta serta kesejahteraan tenaga pendidik
- c. Menjadikan pelayanan kesehatan Kota Probolinggo sebagai salah satu pelayanan kesehatan rujukan di Provinsi Jawa Timur
- d. Mempertahankan Brand Probolinggo dengan mengacu pada infrastruktur standart Nasional dan perubahan iklim
- e. Meningkatkan iklim investasi sebagai peningkat PAD Kota

²⁶Dokumentasi Kota Probolinggo

Probolinggo

- f. Menciptakan sentra produk olahan rakyat berbasis potensi lokal
- g. Memperluas jaringan koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)
- h. Mengembangkan kawasan industri bersinergi dengan perdagangan
- i. Mengembangkan seni budaya dan kesenian lokal
- j. Menciptakan lingkungan hidup Bestari, menjadikan masyarakat merasa nyaman hidup di kota sendiri.

B. Penyajian Data dan Analisis

Penyajian data dan analisis data merupakan suatu bagian yang mengungkapkan tentang data yang dihasilkan yang sesuai dengan rumusan masalah dan di analisis dengan data yang relevan. Sebagaimana yang telah dijelaskan di atas bahwasanya penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi sebagai sarana untuk penguat dan pendukung dalam penelitian ini. Berdasarkan dari hasil penelitian, maka akan diuraikan data-data tentang strategi pedagang kaki lima di Alun-Alun Kota Probolinggo dalam meningkatkan pendapatan secara berurutan yang mengacu pada fokus penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pedagang kaki lima dalam meningkatkan pendapatan?

Strategi adalah rencana, maksud atau tujuan yang diperlukan untuk mencapai sesuatu. Strategi merupakan serangkaian tindakan logis perusahaan yang ditujukan untuk mendapatkan keunggulan bersaing.

Tidak ada satu strategi yang dapat dipraktikkan secara tepat untuk berbagai situasi. Situasi yang berbeda menghendaki penerapan strategi yang berbeda juga.

Strategi merupakan konsep luas yang menggambarkan tujuan organisasi. Selain itu, suatu strategi menggaris bawahi bagaimana bisnis tersebut berupaya memenuhi sasarannya dan memasukkan daya tanggap organisasi terhadap tantangan dan kebutuhan baru. Karena strategi yang dirumuskan dengan baik menjadi tonggak penting bagi kesuksesan sebuah bisnis, sebagian besar manajer puncak mencurahkan perhatian dan kreativitas pada proses tersebut.

Pedagang adalah orang yang melakukan proses jual beli dengan tujuan untuk mencari keuntungan. Pedagang kaki lima adalah orang yang menggunakan badan jalan atau trotoar, fasilitas publik, atau Alun-Alun kota sebagai tempat mereka melangsungkan usaha.

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

mencukupi kebutuhan keluarganya.

Berikut jumlah penghasilan bersih atau keuntungan yang diperoleh oleh pedagang setiap bulannya, sebagai berikut:

Tabel 4.1
DataJumlah PenghasilanPedagang PerBulan

No.	Nama Pedagang	JenisDagangan	Jumlah Penghasilan
1.	Sami	Pedagang Nasi Goreng	Rp. 4.500.000
2.	Suhadi	Penjual Pulsa	Rp. 3.000.000
3.	Yunita	Pedagang Es BuahPelangi	Rp. 900.000
4.	Sumiati	Pedagang Minuman Es Buah	Rp. 4.500.000
5.	Robi	Pedagang Bakso Tahu Nugget	Rp. 3.000.000
6.	Rohimah	Pedagang Pecel Lele	Rp. 6.000.000
7.	Roni	Pedagang Gorengan	Rp. 3.000.000
8.	Siddiq	Pedagang Soto	Rp. 3.000.000
9.	Ida	Pedagang Sate Padang	Rp. 3.000.000
10.	Yuli	Pedagang Nasi Goreng	Rp. 3.000.000
11.	Yusuf	Pedagang Gorengan dan Pempek	Rp. 3.000.000
12.	Ita	Pedagang Es Jagung	Rp. 1.500.000
13.	Udin	Pedagang Siomay	Rp. 1.800.000
14.	Bahir	Pedagang Es Doger	Rp. 1.500.000
15.	Atok	Pedagang Bakso Bakar	Rp. 1.500.000

Sumber:wawancarapedagang

Berdasarkan tabel tersebut, terdapat 5 pedagang yang memperoleh keuntungan bersih setiap bulannya sebesar <2.000.000, 7 pedagang yang memperoleh keuntungan bersih setiap bulannya sebesar >2.000.000<3.000.000, dan 3 pedagang yang memperoleh keuntungan

bersih setiap bulannya sebesar >3.000.000.

Pada hakikatnya pendapatan yang diterima oleh seseorang maupun badan usaha tentunya dipengaruhi oleh banyak faktor, seperti tingkat pendidikan dan pengalaman seorang, semakin tinggi tingkat pendidikan dan pengalaman, maka makin tinggi pula tingkat pendapatannya. Kemudian juga tingkat pendapatan sangat dipengaruhi oleh modal kerja, jam kerja, akses kredit, jumlah tenaga kerja, tanggungan keluarga, jenis barang dagangan (produk) dan faktor lainnya. Pada umumnya masyarakat selalu mencari tingkat pendapatan tinggi untuk memenuhi kebutuhan rumah tangganya, akan tetapi dibatasi oleh beberapa faktor tersebut.²⁷

Dalam penelitian ini menggunakan strategi pemasaran dengan mengembangkan bauran pemasaran. Berikut beberapa strategi yang dilakukan oleh pedagang kaki lima, yaitu:

a. Menjaga Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Armstrong, produk adalah kesatuan barang dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan agar dapat dibeli atau dikonsumsi pasar untuk memuaskan kebutuhan. Produk merupakan suatu barang yang menjadi peran utama dalam melakukan proses jual beli. Jika tidak ada produk yang diperjual belikan, berarti tidak akan terjadi transaksi jual-beli. Suatu produk yang diperjual belikan harus memiliki kualitas yang tinggi, karena produk yang berkualitas tinggi

²⁷Christina Menuk S, *Jurnal Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima Studi Kasus Pkldi Surabaya*, hlm289.

sangat berpengaruh terhadap peningkatan penjualan.

Berikut penjelasan tentang cara menjaga kualitas produk yang dilakukan oleh PKL Alun-Alun Kota Probolinggo, sebagaimana yang peneliti temukan pada saat observasi :

Pagi itu, tepatnya disaat saya melakukan penelitian di Alun-Alun Kota Probolinggo terlihat cukup banyak jajanan yang diperjualbelikan. Makanannya sangat bervariasi mulai dari jenisnya, bentuknya, harganya, dan cara bungkusnya atau kemasannya. Saya melihat salah satu makanan tradisional yang biasa disebut *lopes dan apen* oleh masyarakat sekitar. Makanan tersebut dijual oleh seorang ibu-ibu lansia, namun setelah saya perhtaikan dari satu jenis makanan tersebut dikemas menjadi 3 bentuk kemasan yang berbeda-beda, mulai dari kemasan menggunakan (daun pisan, daun jati, dan mika plastik). Dari perbedaan tersebut, membuat harga yang ditawarkan juga menjadi berbeda. Padahal isi dari perbungkus tersebut jumlahnya sama. Dari hal tersebut sangat jelas dirasakan bahwasanya kemasan pada suatu produk dapat mempengaruhi terhadap harga.²⁸

Sebagaimana pernyataan dari Ibu Rohimah selaku PKL di Alun-Alun, beliau menerangkan bahwa:

Disini saya berjualan makanan, saya harus mengutamakan kebersihan, mulai dari kebersihan tempat, alat-alat masak, karena menjadi faktor terpenting, kalo semuanya kotor mana mau pembeli datang.²⁹

Hal serupa juga dijelaskan oleh Ibu Sumiati selaku PKL di Alun-Alun, beliau mengatakan bahwa:

Cita rasa yang khas menjadi salah satu cara kami menarik pelanggan kami, karena jika rasa masakan enak, pas di lidah, pelanggan kami pasti tidak mau membeli ke tempat lain.³⁰

²⁸Observasi, Kota Probolinggo, 07 Agustus 2022.

²⁹Rohimah, wawancara, Kota Probolinggo, 08 Agustus 2022.

³⁰Sumiati, wawancara, Kota Probolinggo, 10 Agustus 2022.

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

b. Penetapan Harga

Menurut Kotler dan Armstrong, harga adalah jumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan produk.³¹ Dalam menjalankan suatu usaha, harga memiliki peranan yang penting yang menjadi kesepakatan antara penjual dan pembeli. Melalui penetapan harga, akan terlihat posisi kelayakan produk dari nilai ekonomisnya. Tujuan dari penetapan suatu harga adalah untuk mencapai target perusahaan, mendapatkan laba dari penjualan, meningkatkan serta mengembangkan produksi produk, serta meluaskan target pemasaran.

Berikut penjelasan tentang cara menetapkan harga yang dilakukan oleh PKL Alun-Alun Kota Probolinggo, sebagaimana yang peneliti temukan pada saat observasi :

Pada saat melakukan penelitian, peneliti juga membeli beberapa jajanan yang diperjualbelikan di Alun-Alun Kota Probolinggo. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan untuk melakukan awal pendekatan dengan para penjual sekitar, serta ingin mengetahui rasa dan harga pada jajanan yang dijual. Setelah itu, peneliti mengetahui bahwasanya harga pada makanan tersebut tidak terlalu mahal dan tidak juga terlalu murah. Menurut dari sebagian penjual mernjelaskan bahwanya penetapan harga dilakukan dengan cara menyesuaikan harga pokok di pasar (apabila harga pokok naik, maka makanan yang dijualnya juga akan naik begitu juga sebaliknya).³²

³¹ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* Edisi ke-12, hlm 62-63.

³² Observasi, Kota Probolinggo, 07 Agustus 2022.

Sebagaimana pernyataan dari Ibu Ida selaku PKL di Alun-Alun, beliau menerangkan bahwa:

Kalau soal harga, saya jual sesuai pasarannya aja, agar pembeli tidak kabur.³³

Hal serupa juga dijelaskan oleh Bapak Roni selaku PKL di Alun-Alun, beliau mengatakan bahwa:

Jika harga bahan baku untuk berdagang tinggi, tapi itu kadang-kadang sih, kalo harga bahan baku tinggi kami tetap pasang harga normal, hanya porsi makanan saja yang kami kurangi, tapi kalo harganya normal ya kami jual dengan porsi yang normal juga.³⁴

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

c. Melakukan Promosi

Promosi merupakan salah satu cara yang digunakan oleh semua pelaku usaha untuk menarik minat para pembelinya. Kekuatan promosi sangat berpengaruh terhadap peningkatan penjualan. Menurut Kotler dan Armstrong, ada beberapa cara dalam melakukan kegiatan promosi, yaitu: (a) *Advertising* (b) *Sales Promotion* (c) *Personal Selling* (d) *Public Relations* (e) *Direct Marketing*.³⁵

Berikut penjelasan tentang cara melakukan promosi yang dilakukan oleh PKL Alun-Alun Kota Probolinggo, sebagaimana yang

³³ Ida, wawancara, Kota Probolinggo, 12 Agustus 2022.

³⁴ Roni, wawancara, Kota Probolinggo, 15 Agustus 2022.

³⁵ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* Edisi ke-12, hlm 62-63

peneliti temukan pada saat observasi :

Dari beberapa penjual di Alun-Alun Kota Probolinggo yang peneliti temukan terdapat banyak cara yang mereka lakukan (PKL) untuk mempromosikan barang dagangannya. Ada yang menggunakan sistem beli 2 gratis 1, ada yang mempromosikan dengan cara menyebar pamflet atau memperbarui spanduk dagangannya, dan ada juga yang melakukan promosi dengan cara mengingatkan bahwasanya pembelian pada hari jum'at akan mendapatkan potongan harga hingga 50%. Semua itu dilakukan dengan tujuan untuk menarik minat konsumen atau pembeli terhadap produk makanan yang dijualnya serta untuk menjaga stabilitas jumlah pembeli dalam jangka waktu kedepannya.³⁶

Sebagaimana pernyataan dari Bapak Suhadi selaku PKL di Alun-Alun, beliau menerangkan bahwa:

Promosi sih jarang kami lakukan, ya paling promosinya dari spanduk jualan kami buat menjadi lebih menarik lagi.³⁷

Hal serupa juga dijelaskan oleh Ibu Sumiati selaku PKL di Alun-Alun, beliau mengatakan bahwa:

Kami sih bukan promosi namanya, kami hanya memberitahu ada rasa minuman yang baru, jadinya mereka tertarik untuk mencoba rasa baru, ya paling itu promosi kami.³⁸

Pernyataan tersebut diperkuat oleh Ibu Yunita selaku PKL di Alun-Alun, beliau mengatakan bahwa:

Kalo menurut ibu sih paling ibu promosi nya dari nama dagangan ibu, ya itu es buah pelangi, karena pedagang yang lain tidak ada yang jual seperti dagangan ibu, jadi ya itu cara ibu menarik pembeli.³⁹

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dapat menyimpulkan bahwa peluang memperluas promosi untuk mengkomunikasikan

³⁶Observasi, Kota Probolinggo, 07 Agustus 2022.

³⁷Suhadi, wawancara, Kota Probolinggo, 22 Agustus 2022.

³⁸Sumiati, wawancara, Kota Probolinggo, 10 Agustus 2022.

³⁹Yunita, wawancara, Kota Probolinggo, 24 Agustus 2022.

informasi tentang produk mereka dan mempengaruhi konsumen untuk membelinya. Promosi atau komunikasi pemasaran adalah sarana dimana perusahaan berusaha menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merek yang dijual. Intinya, promosi atau komunikasi pemasaran mempresentasikan suara perusahaan dan mereknya serta merupakan sarana dimana perusahaan dapat membuat dialog dan membangun hubungan dengan konsumen. Berpromosi adalah salah satu sarana terbaik dalam memperkenalkan produk milik anda kepada para konsumen

d. Memberikan Pelayanan yang Baik

Pelayanan merupakan suatu aktivitas yang diberikan kepadapembeli guna memenuhi kebutuhan atau keinginan pembeli sebagai bentuk dari penghormatan terhadap pembeli.

Berikut penjelasan tentang cara memberikan pelayanan yang dilakukan oleh PKL Alun-Alun Kota Probolinggo, sebagaimana yang peneliti temukan pada saat observasi :

Selain menjaga kualitas barang, harga, dan cara promosi, ada juga pelayanan yang baik dilakukan oleh para PKL di Alun-Alun Kota Probolinggo. Pelayanan yang mereka berikan membuat para konsumen atau pembeli merasa nyaman saat membeli barang dagangannya. Peneliti juga merasakan pelayanan tersebut ketika mencoba membeli beberapa makannya. Adapun pelayanan yang diberikan berupa fasilitas tempat duduk, tempat yang tidak sumuk ataupun panas, bersih, serta pelayanannya yang cepat. Hal tersebut tentunya membuat saya ataupun orang lain yang pernah merasakannya, ingin

kembali untuk membeli barang dagangannya.⁴⁰

Sebagaimana pernyataan dari Ibu Sumiati selaku PKL di Alun-Alun, beliau menerangkan bahwa:

Ya kalo ada pembeli saya sih langsung cepat melayaninya, kalo lama yang nanti pembeli saya yang gak mau lagi beli es saya.⁴¹

Hal serupa juga dijelaskan oleh Bapak Udin selaku PKL di Alun-Alun, beliau mengatakan bahwa:

Menurut saya pembeli itu adalah raja, jadi ya harus dilayani dengan baik.⁴²

Pernyataan tersebut diperkuat oleh Ibu Ida selaku PKL di Alun-Alun, beliau mengatakan bahwa:

Menurut saya pembeli itu harus dilayani dengan baik, misalnya seperti ya saya kan jualannya yang dibakar, jadi prosesnya lama, ya saya menyediakan tempat duduk agar pembeli saya tidak bosan dan capek menunggu.⁴³

Jika kualitas pelayanan yang diberikan baik, maka para pembeli pun menjadi puas terhadap pelayanan yang diberikan, sehingga pembeli pun menjadi nyaman.

2. Apa saja kendala yang dihadapi oleh pedagang kaki lima dalam meningkatkan pendapatan?

Kendala merupakan suatu penghalang yang ditimbulkan oleh beberapa faktor atau masalah yang menjadi penghambat seseorang untuk mencapai sesuatu. Melihat keberadaan pedagang kaki lima yang semakin bertambah, dan menjamur hingga ke trotoar atau pusat

⁴⁰Observasi, Kota Probolinggo, 07 Agustus 2022.

⁴¹Sumiati, wawancara, Kota Probolinggo, 10 Agustus 2022.

⁴²Udin, wawancara, Kota Probolinggo, 09 Agustus 2022.

⁴³Ida, wawancara, Kota Probolinggo, 12 Agustus 2022.

perkotaan, menjadikan keberadaan pedagang kaki lima menjadi masalah yang dihadapi oleh pemerintah. Keberadaan pedagang kaki lima dianggap sebagai pemicu kemacetan bagi pengendara, terganggunya kepejalan kaki dan terganggu keindahan kota. Padahal keberadaan pedagang kaki lima menjadi salah satu cara untuk mengurangi pengangguran karena kurang tersedianya lapangan pekerjaan disektor formal, serta keberadaannya dapat mengurangi kemiskinan dan juga dapat dijadikan sebagai salah satu potensi bagi pembangunan daerah, harusnya PKL dikelola dengan maksimal oleh tiap pemerintah daerah.

Namun yang terjadi justru pemerintah mempersempit ruang gerak pedagang kaki lima dalam menjalankan usahanya. Padahal munculnya pedagang yang ada di trotoar, dikarenakan kepemilikan modal mereka yang kecil, sulitnya mendapatkan pekerjaan selain berdagang dikarenakan kurang nya pendidikan yang tinggi, pengalaman kerja yang tidak ada dan lain sebagainya. Hal tersebut mengakibatkan mereka harus menjalankan usahanya di trotoar jalan atau fasilitas publik lainnya.

Berikut beberapa kendala yang dihadapi oleh pedagang kaki lima dalam meningkatkan penghasilan untuk kesejahteraan keluarga:

a. Lokasi Usaha

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

tempat usaha dikeramaian, dipusat perkotaan, memungkinkan usaha tersebut mampu bertahan lama.

Berikut penjelasan tentang kendala terhadap lokasi usaha PKL Alun-Alun Kota Probolinggo, sebagaimana yang peneliti temukan pada saat observasi :

Pagi itu sekitar jam 10 pagi, peneliti melihat para PKL berjualan sebagai mana mestinya ditempat mereka berjualan (Alun-Alun Kota Probolinggo). Situasi pada saat itu lumayan ramai oleh pengunjung serta para konsumen. Hal tersebut membuat jalan di sekiling Alun-Alun menjadi macet. Sehingga menjelang waktu duhur, ada sekumpulan satpol PP yang sedang beroperasi untuk membubarkan keramaian tersebut. Hal ini membuat para PKL disekitar merasa ketakutan, karena mengingat tempat yang mereka tempati buat berjualan dilarang oleh pemerintahan. Tentunya dengan begitu, para konsumen bubar dan para PKL juga membereskan barang dagangannya. Sehingga membuat para PKL agak ketakutan dan membuat pemasukannya kurang stabil atau kurang tidak seperti hari biasanya.⁴⁴

Berdasarkan hasil wawancara Ibu Sumiati selaku PKL di Alun-Alun, beliau menerangkan bahwa:

Kalo masalah tempat jualan ya saya pilih seperti disini, didepan sekolah, jadi banyak pembeli saya, jualan disinipun saya harus izin dulu dengan pihak sekolah, kalo diizinkan ya saya jualan disini, kalo tidak diizinkan ya saya harus pindah, tapi ya Alhamdulillah sampai sekarang saya diizinkan berjualan disini.⁴⁵

Hal serupa juga dijelaskan oleh Bapak Roni selaku PKL di Alun-Alun, beliau mengatakan bahwa:

Dulu sekitar tahun 4 tahun yang lalu lagi musim-musimnyarazia pedagang kaki lima disini, saya pernah di razia, barang dagangan beserta gerobak saya diangkut dan

⁴⁴Observasi, Kota Probolinggo, 05 Agustus 2022.

⁴⁵Sumiati, wawancara, Kota Probolinggo, 10 Agustus 2022.

ditahan selama seminggu oleh petugas yang menertibkan, kemudian boleh diambil dengan membayar uang tembusan dan menandatangani surat perjanjian, selama ditahan seminggu itulah saya tidak bisa berjualan, tidak ada penghasilan saya, kalo ditanya kenapa saya masih berjualan disini ya karena disini tempatnya strategis, dagangan saya laris disini.⁴⁶

Pernyataan tersebut diperkuat oleh Ibuk Ida selaku PKL di

Alun-Alun, beliau mengatakan bahwa:

Sekarang sih belum pernah terjaring razia, cuman ya kita waspada aja, jaga-jaga kalau ada razia mendadak, ya kita juga harus menaati peraturan, kalau sudah jualan tempatnya dibersihkan.⁴⁷

Pedagang kaki lima biasanya melakukan kegiatan usahanya dibadan jalan atau trotoar, atau fasilitas publik lainnya. Tempat usaha inilah yang sering menjadi masalah yang dihadapi oleh para pedagang kaki lima. Tempat usaha ini kemudian menjadi hambatan bagi para pedagang kaki lima dalam meningkatkan pendapatan mereka. Jika tindakan yang datang dari pemerintah dengan mempersempit ruang gerak mereka, kehidupan dari masyarakat menengah kebawah seperti para PKL akan semakin sulit

b. Modal Usaha

Modal adalah suatu yang sangat dibutuhkan di dalam sebuah usaha. Tanpa modal, suatu usaha susah untuk menghadapi persaingan, karena dengan adanya modal usaha tersebut mampu memberikan inovasi produksi hasil usaha. Jika berbicara tentang modal bagi pedagang kaki lima, ini merupakan masalah kedua setelah

⁴⁶Roni, wawancara, Kota Probolinggo, 15 Agustus 2022.

⁴⁷Ida, wawancara, Kota Probolinggo, 12 Agustus 2022.

tempat usaha.

Berdasarkan hasil wawancara Bapak Udin selaku PKL di Alun-Alun, beliau menerangkan bahwa:

Saya sih disini jualan ya dengan modal sendiri, ya untuk membeli bahan baku jualan besok ya uang yang didapat hari ini di gunakan lagi.⁴⁸

Hal serupa juga dijelaskan oleh Ibuk Yunita selaku PKL di Alun-Alun, beliau mengatakan bahwa:

Kalau ada uang ya enak saya sewa tempat jadi nggak susah payah bongkar pasang tenda, ini uangnya hanya cukup buat modal jualan aja.⁴⁹

Pernyataan tersebut diperkuat oleh Bapak Roni selaku PKL di Alun-Alun, beliau mengatakan bahwa:

Masalah modal jualan sih kami dari modal pribadi, kami sihnggak pernah dapat bantuan atau pinjaman modal.⁵⁰

Pedagang kaki lima yang ada di Jalan Arif Rahman Hakim sebagian besar menggunakan modal sendiri untuk melakukan usahanya

c. Musim Hujan

Secara sederhana, musim hujan diartikan sebagai rentang waktu yang banyak terjadi hujan. Sedangkan menurut Bayong Dedi Suahyono, menafsirkan musim hujan sebagai musim yang ditandai oleh jumlah curah hujan yang berlimpah. Sehingga penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa musim hujan adalah kondisi meningkatnya

⁴⁸Udin, wawancara, Kota Probolinggo, 28 Agustus 2022.

⁴⁹Yunita, wawancara, Kota Probolinggo, 24 Agustus 2022.

⁵⁰Roni, wawancara, Kota Probolinggo, 15 Agustus 2022.

jumlah curah hujan di suatu wilayah (hujan secara terus menerus) dalam jangka waktu tertentu.

Berikut penjelasan tentang kendala musim hujan yang dirasakan oleh PKL Alun-Alun Kota Probolinggo, sebagaimana yang peneliti temukan pada saat observasi :

Saat sore hari, tepatnya pada hari sabtu peneliti bermain ke Alun-Alun Kota Probolinggo. Tepatnya pada jam 2 cuaca masih nampak terang benderang tidak terlihat tanda-tanda akan ada hujan. Namun tidak berselang lama, gerimis mulai turun. Sehingga membuat para PKL sedikit membereskan barang dagangannya. Para konsumenpun juga mulai mencari tempat teduh, namun gerimis tak kunjung berhenti malah menjadi hujan yang sangat deras. Disitulah peneliti melihat respon para PKL ketika hujan datang, mereka mulai bingung akan dagangannya yang belum juga habis dan konsumen sudah pada pulang.⁵¹

Berdasarkan hasil wawancara Ibu Sumiati selaku PKL di Alun-Alun, beliau menerangkan bahwa:

Ibu kan dagang es, karena musim sekarang ini tidak teratur yang tiba-tiba hujan kemudian itu yang menyebabkan cuaca jadi dingin jadi penjualan es berkurang/sepi.⁵²

Hal serupa juga dijelaskan oleh Bapak Udin selaku PKL di Alun-Alun, beliau mengatakan bahwa:

Sekarang itu lagi sering-seringnya hujan ya dek, walaupun kadang hujannya tidak menentu tapi kami yang dagang pake gerobak di pinggir jalan nyari tempat berteduh itu jauh, terus pelanggan juga sepi.⁵³

Musim hujan juga sangat mempengaruhi penjualan parapedagang PKL Alun-Alun Kota Probolinggo.

⁵¹Observasi, Kota Probolinggo, 05 Juli 2022.

⁵²Sumiati, wawancara, Kota Probolinggo, 10 Agustus 2022.

⁵³Udin, wawancara, Kota Probolinggo, 28 Agustus 2022.

C. Pembahasan Temuan

Dalam bab ini akan dijelaskan pembahasan temuan yang sesuai dengan hasil penelitian, sehingga pada pembahasan ini peneliti akan menjelaskan hasil penelitian dengan teori yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya. Data-data yang diperoleh dari observasi, wawancara, dan dokumentasi sebagaimana telah peneliti deskripsikan pada analisis data kualitatif yang kemudian diidentifikasi agar sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Berikut adalah penjelasan dari pembahasan yang akan dipadukan dengan teori yang sudah dijadikan sebagai landasan oleh peneliti dalam penelitian.

1. Bagaimana strategi pedagang kaki lima dalam meningkatkan pendapatan?

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang “Strategi Pedagang Kaki Lima Di Alun-Alun Kota Probolinggo Dalam Meningkatkan Pendapatan”, dapat dilihat dari strategi yang diterapkan. Sehingga temuan strategi pedagang kaki lima yang diperoleh peneliti sebagai berikut :

a. Menjaga Kualitas Produk

Kualitas produk adalah elemen utama yang perlu diperhatikan oleh para pelaku usaha. Khususnya bagi mereka yang memang ingin mempertahankan bisnisnya ditengah segitnya persaingan dan bahkan membuat bisnis tersebut semakin maju dan berkembang. Namun,tentu saja ini bukanlah perkara yang mudah.

Pengertian kualitas produk yang baik harus terlebih dahulu dipahami, sehingga pelaku usaha mengerti kualitas seperti apa yang bisa dibidang baik, bagaimana mencapainya, apa saja yang perlu dilakukan untuk mempertahankan tingkat kualitas tersebut, dan apa yang akan terjadi jika menemui kegagalan dalam upaya-upaya tersebut. Meski mungkin terdengar merepotkan dan seolah membutuhkan usaha yang besar, menjaga kualitas dari setiap produk atau jasa yang coba dipasarkan akan memberikan manfaat yang sangat besar bagi operasional serta pengembangan bisnis.

Pedagang yang adadi Alun-Alun Kota Probolinggo-pun menjaga dan mempertahankan kualitas produk mereka walaupun mereka dagang 1 jenis produk misalnya Nasi pecel, cara mereka mempertahankan kualitas produknya dengan memiliki citra rasa yang berbeda. Kualitas produk yang tinggi membuat para konsumen menjadi percaya dengan yang mereka konsumsi sehingga dapat menambah loyalitas pelanggan.

b. Penetapan Harga

Penetapan harga yang dilakukan oleh pedagang kaki lima di Alun-Alun Kota Probolinggo saat ini diantaranya menggunakan *going rate pricing* yaitu penetapan harga berdasarkan harga yang berlaku. Mereka menetapkan harga tidak asal-asalan melainkan sesuai dengan harga kebutuhan pokok di pasar. Karena mengingat akan kebutuhan

dilapangan, jika harga terlalu mahal maka para konsumen tidak ada yang mau datang untuk membelinya.

c. Melakukan Promosi

Berdasarkan hasil penelitian bahwasanya dalam strategi pemasaran oleh pedagang di Alun-Alun Kota Probolinggo cara yang digunakan sudah cukup baik dengan memperhatikan beberapa aspek seperti kepuasan pelanggan, selalu berusaha berpenampilan rapi, ramah terhadap pelanggan, tidak memaksakan kehendak konsumen. Namun jika dibandingkan dengan usaha pesaing diluar sana para pedagang belum melakukan kegiatan memperkenalkan usaha yang dimiliki pada masyarakat luas misalnya iklan seperti memasang brosur, atau melakukan promosi secara online. Padahal banyak usaha-usaha lainnya saat ini gencar melakukan promosi, pantas saja jika pedagang di alun-alun semakin sepi pengunjung.

Berdasarkan hasil penelitian dapat dianalisis bahwasanya dalam strategi promosi sekiranya memperhatikan aspek lainnya seperti *advertising*, *sales promotion*, *public relation*. Yang mana ketiga hal tersebut juga merupakan faktor penting dalam memperkenalkan dan mengembangkan usaha yang dimiliki. Maka sebaiknya para pedagang melakukan kegiatan promosi yang paling mudah sekalipun yaitu melalui media sosial seperti facebook, instagram ataupun mendaftarkan di go food maupun grab food sehingga sangat memudahkan bagi konsumen.

d. Memberikan Pelayanan yang Baik

Pelayanan konsumen adalah suatu perilaku yang ditunjukkan oleh penjual sesuai dengan yang diinginkan oleh pembeli dalam rangka memuaskan kebutuhan dan keinginannya. Semakin baik pelayanan yang diberikan akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Begitupun dengan pedagang kaki lima yang ada di Alun-Alun kota Probolinggo mereka akan memberikan pelayanan yang terbaik seperti memberikan tempat yang bersih menyediakan tempat duduk dan yang pasti harus ramah terhadap pembeli.

2. Apa saja kendala yang dihadapi oleh pedagang kaki lima dalam meningkatkan pendapatan?

Adapun kendala yang dihadapi oleh pedagang kaki lima dalam meningkatkan penghasilan untuk kesejahteraan keluarga di taman kota selong dapat dilihat dari 2 faktor yaitu internal dan eksternal. Adapun aspek internal adalah ;lokasi usaha dan modal usaha sedangkan aspek eksternal adalah musim hujan.

a. Lokasi Usaha

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

Lokasi adalah tempat suatu usaha atau aktivitas perusahaan beroperasi dan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang, jasa atau tempat konsumen untuk datang dan berbelanja. Pemilihan dan penentuan lokasi merupakan ilmu penyelidikan tata ruang (*spatial order*) suatu kegiatan ekonomi. Pemilihan suatu lokasi usaha yang strategis dan tepat sangat menentukan keberhasilan suatu usaha dimasa yang akan datang dan lokasi usaha merupakan hal utama yang perlu dipertimbangkan. Lokasi strategis menjadi salah satu faktor penting dan sangat menentukan keberhasilan suatu usaha. Dalam memilih lokasi usahanya, pemilik lokasi usaha harus mempertimbangkan faktor-faktor pemilihan lokasi, karena lokasi usaha adalah aset jangka panjang dan akan berdampak pada kesuksesan usaha itu sendiri.

Walaupun di Alun-Alun Kota Probolinggo tempatnya sangat strategis akan tetapi ada saja pedagang yang tidak mendapatkan tempat yang tidak sesuai, sehingga kadang tempatnya dagang digusur oleh pihak yang berwajib karena lokasi tempatnya dagang tidak diperbolehkan untuk dagang disana.

b. Modal Usaha

Modal adalah suatu yang sangat dibutuhkan didalam sebuah usaha. Tanpa modal, suatu usaha susah untuk menghadapi persaingan, karena dengan adanya modal usaha tersebut mampu memberikan inovasi produksi hasil usaha. Modal usaha dapat

diartikan sebagai dana yang digunakan untuk menjalankan usaha agar tetap berjalan. Modal usaha juga dapat diartikan dari berbagai segi yaitu modal pertama kali membuka usaha, modal untuk melakukan perluasan usaha, dan modal untuk menjalankan usaha sehari-hari.⁵⁴

c. Musim Hujan

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

Sehingga dapat diketahui jika terjadi hujan maka para pedagang kaki lima Alun-Alun Kota Probolinggo kesusahan dalam memberikan tempat yang nyaman untuk pelanggan karena tempat untuk mereka duduk basah, sehingga jika musim hujan tiba maka sedikit pelanggan yang berdatangan

⁵⁴Sari Juliasti, *Cerdas Mendapatkan Dan Mengelola Modal Usaha*, (Jakarta: PT Persero, 2009) Hlm.4

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi bisnis yang dilakukan pedagang kaki lima di Alun-Alun Kota Probolinggo terdapat beberapa cara yaitu Strategi produk, sebagian besar pedagang kaki lima sudah banyak yang inovatif dalam berkreasi membuat kemasan pada produk, sehingga membuat produk nampak bersih dan rapi. Dengannya membuat daya tarik pada konsumen untuk membeli dan mencobanya naik. Strategi harga, menggunakan penetapan harga sesuai dengan teori penetrasi harga. Strategi promosi, yang digunakan sudah cukup baik dengan memperhatikan beberapa aspek seperti kepuasan pelanggan, selalu berusaha berpenampilan rapi, ramah terhadap pelanggan, tidak memaksakan kehendak konsumen. Strategi pelayanan yang baik, yang dilakukan oleh pedagang kaki lima di Alun-Alun Kota Probolinggo sangat tepat karena pelayanan yang mereka berikan terhadap konsumen ataupun pembeli sangat nyaman dan cepat. Sehingga membuat para konsumen betah, nyaman, dan merasa dihargai penuh. Dengan begitu membuat para konsumen merasa ketagihan untuk kembali membelinya kembali, sebab selain pelayan ada harga dan rasa juga yang membuat mereka ingin mencobanya kembali.

2. Adapun kendala yang dihadapi oleh pedagang kaki lima dalam meningkatkan pendapatan di Kota Probolinggo dapat dilihat dari 2 faktor yaitu internal dan eksternal. Adapun aspek internal adalah; lokasi usaha dan modal usaha sedangkan aspek eksternal adalah; musim hujan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, selanjutnya dapat diusulkan saran yang diharapkan akan bermanfaat bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan strategi yang dilakukan pedagang kaki lima (PKL) dalam meningkatkan jumlah pendapatan. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, penulis menyadari bahwasanya masih terdapat banyak keterbatasan dan kekeliruan yang ada dalam penelitian ini. Namun dengan penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat.
2. Bagi Pedagang kaki lima (PKL) diharapkan untuk selalu mengikuti peraturan yang sudah berlaku, demi kenyamanan bersama.
3. Bagi Pemerintah diharapkan untuk selalu mengkoordinir dan menjaga keamanan lapak pedagang agar para pedagang menjadi merasa aman dan nyaman dalam melakukan usahanya.
4. Kepada peneliti selanjutnya, semoga dapat membantu untuk menambah wawasan dan sumber informasi mengenai bagaimana dan seperti apa strategi yang dilakukan oleh PKL (pedagang kaki lima) dalam meningkatkan jumlah pendapatannya. Semoga penelitian ini menjadi

langkah awal dan menjadi acuan agar kedepannya para peneliti selanjutnya dapat melanjutkan penelitian ini sesuai dengan kemajuan zaman.



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

DAFTAR PUSTAKA

- Adhyarini, Zulionara. 2020. “Dampak Praktik Pemanfaatan Lahan di Aloon-aloon Ponorogo Terhadap Ekonomi Pedagang Kaki Lima (PKL)” Tesis. IAIN Ponorogo, Ponorogo.
- Assauri, Sofjan 2011.”*Manajemen Pemasaran*”. Jakarta: Rajawali Press
- Ayodya, Wulan. 2020. “*UMKM 4.0 Strategi UMKM Memasuki Era Digital*”. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Basrowi. Suwandi. 2008. “*Memahami Penelitian Kualitatif*” Jakarta: Rineka Cipta.
- Creswell, John W. 2015. Penelitian kualitatif & desain riset. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dewi, Aulia, Nurul. 2019. “Analisis Strategi Pemasaran Pedagang Kaki Lima di Jembatan Tabayang Kota Tanjung Balai” Skripsi. UIN Sumatera Utara, Medan.
- Faradila, Winda. 2021. “Pengorganisasian Pedagang Kaki Lima Dalam Mewujudkan Kesejahteraan Ekonomi di Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Suko Kecamatan Sukodono Kabupaten Sidoarjo” Skripsi. UIN Sunan Ampel, Surabaya.
- Fauzia Yunia Ika. *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syari'ah* Edisi pertama, hlm 120.
- Fiskayola, Elvina. 2019. “*Peran Wanita Pedagang Kaki Lima Dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga Di Pasar Danau Bingkuang Menurut Tinjauan Ekonomi Syariah*” Skripsi. UIN Sultan Syarif Kasim, Riau.
- Gilarso. 1998. “*Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro*” Yogyakarta: Kanskus
- Handayani, Wahyu, Ari. 2020. “*Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omzet Dagang Pedagang Kaki Lima Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi di Pasar Karanggede)*” Skripsi. Universitas Negeri Walisongo, Semarang.
- Idrus, Muhammad. 2009. “*Metode Penelitian Ilmu Sosial*”. Yogyakarta: Erlangga
- Joewono, Handito. 2012. “*Strategy Management*”. Jakarta: Arrbey

Juliasti Sari. 2009. “, *Cerdas Mendapatkan Dan Mengelola ModalUsaha*”. Jakarta: PT Persero, 4.

Menuk S Christina. *Jurnal Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan PedagangKaki Lima Studi Kasus Pkl Di Surabaya*, hlm 289

Moleong, Lexy J. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offiset.

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

Rahayu, Evrilia, Isty. 2020. “Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Alun-Alun Ponorogo” Skripsi. IAIN Ponorogo, Ponorogo.

Ridwan, dkk. 2013. “*Pengantar Ekonomi Mikro & Makro Islam*”. Bandung: Cipta Pustaka Media.

Sapitri, Nazipa. 2021. “Strategi Pedagang Masa Covid-19 Terhadap Pendapatan Pedagang Kaki Lima Muslim di Pasar Malioboro Kota Jambi” Skripsi. UIN Sultan Thaha Saifuddin, Jambi.

Simorangkir. 2003. “*Etika Bisnis Jabatan dan Perbankan*”. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Styawan, Feby, Ricky. 2019. “Kehidupan Pedagang Kaki Lima Terhadap Kesejahteraan Keluarga di Depan Kampus Alauddin Alauddin Makassar Samata Gowa” Skripsi. UIN Alauddin Makassar, Makassar.

Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&d*. Bandung: CV Alfabeta.

Sukirno, Sadono. 1994. “*Pengantar Mikro Ekonomi*”. Jakarta: Rajagrafindo Persada.

Sundari, Indah. 2019. “Strategi Pedagang Kaki Lima Dalam Meningkatkan Penghasilan Untuk Kesejahteraan Keluarga Studi Pada Pedagang Kaki Lima di Jalan Arif Rahman Hakim Telanaipura Kota Jambi” Skripsi. UIN Sulthan Thaha Saifuddin, Jambi.

Suryani. 2016. *Metode Riset Kuantitatif*. Jakarta: Kencana, 184.

Swastha, Basu dan Irawan. 1997, “*Manajemen Pemasaran Modern*” Yogyakarta: Liberty.

Tim Penyusun. 2018. Pedoman Penulisan Karya Ilmiah. Jember: IAIN Jember Perss.

Wibowo, Dimas Hendika, dkk. 2015. *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm (Studi pada Batik Diajeng Solo)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 29 No.1.

Winarmo Surachma. 2000. "*Dasar dan Teknik Research*". Bandung: Cv Tarsito, 134.

Winoto, Agus dkk, Jurnal Kajian Karakteristik Dan Faktor Pemilihan Lokasi Pedagang Kaki Lima Di Kota Yogyakarta.

Yanti, Merry. 2018. "Peran Pembiayaan Murabahah Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Pedagang Kaki Lima di Pasar Sukoharjo 3 (Studi Pada Bmt Assyafi'iyah Sukoharjo Pringsewu)" Skripsi. UIN Raden Intan, Lampung.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ainul Fitriyah

NIM : E20182073

Prodi/Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi Bisnis dan Islam

Universitas : UIN KHAS JEMBER

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul Strategi Pedagang Kaki Lima Di Alun-Alun Kota Probolinggo Dalam Meningkatkan Pendapatan adalah benar-benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebut sumbernya. Apabila terdapat kesalahan didalamnya, maka sepenuhnya akan menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Probolinggo, 15 Juni 2023

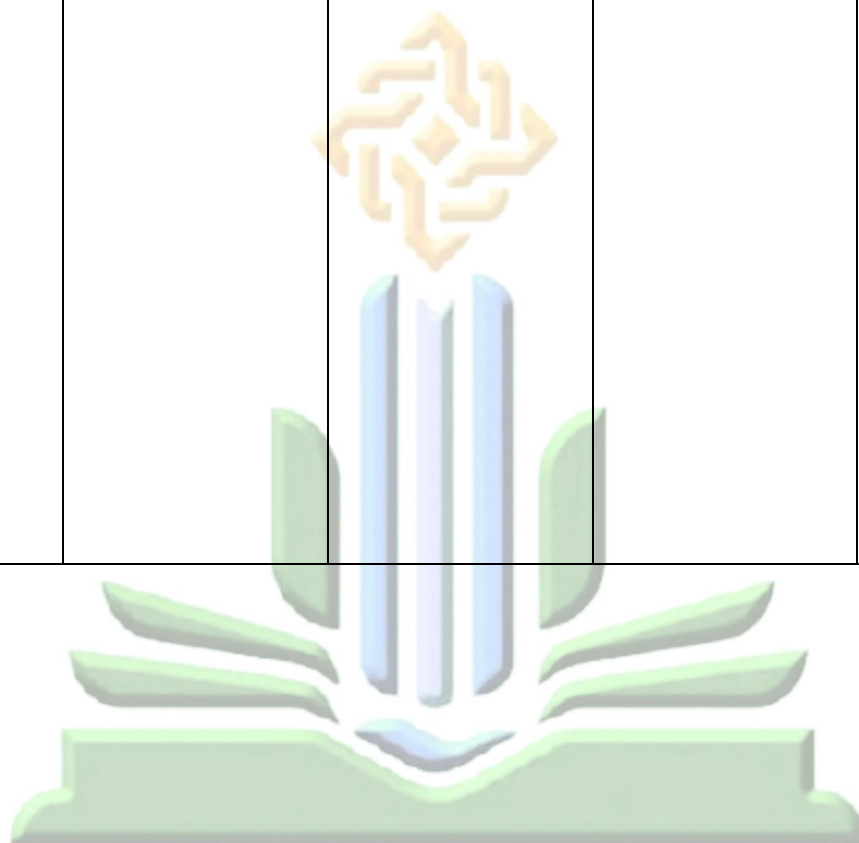
Saya yang menyatakan

Ainul Fitriyah
NIM: E20182073

**Lampiran-lampiran yang berisi :
Matrik Penelitian**

JUDUL	VARIABEL	SUB VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN	FOKUS PENELITIAN
Strategi Pedagang Kaki Lima Di Alun-Alun Kota Probolinggo Dalam Meningkatkan Pendapatan	Strategi Pedagang Kaki Lima Di Alun-Alun Kota Probolinggo	a. Strategi Pedagang Kaki Lima	1) Menjaga kualitas produk 2) Penetapan harga 3) Melakukan promosi 4) Memberikan pelayanan yang baik	1. Informan : Pedagang Kaki Lima Di Alun-alun Kota Probolinggo	1. Pendekatan Penelitian: kualitatif dengan jenis deskriptif 2. Lokasi Penelitian: Alun-alun Kota Probolinggo 3. Subyek penelitian: Teknik Purposive 4. Teknik pengumpulan data <ul style="list-style-type: none"> • Observasi • Wawancara • Dokumentasi 	1. Bagaimana strategi pedagang kaki lima dalam meningkatkan pendapatan? 2. Apa saja kendala yang dihadapi oleh pedagang kaki lima dalam meningkatkan pendapatan?
		b. Kendala dalam meningkatkan jumlah konsumen	1) Lokasi usaha 2) Modal usaha 3) Musim hujan			

					<p>5. Teknik Analisis Data: Penyajian data, kondensasi data, Penyajian data dan menarik kesimpulan.</p> <p>6. Teknik Keabsahan Data: Triangulasi Sumber.</p>	
--	--	--	--	--	--	--



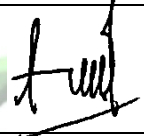

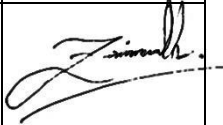



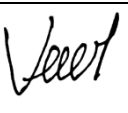



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

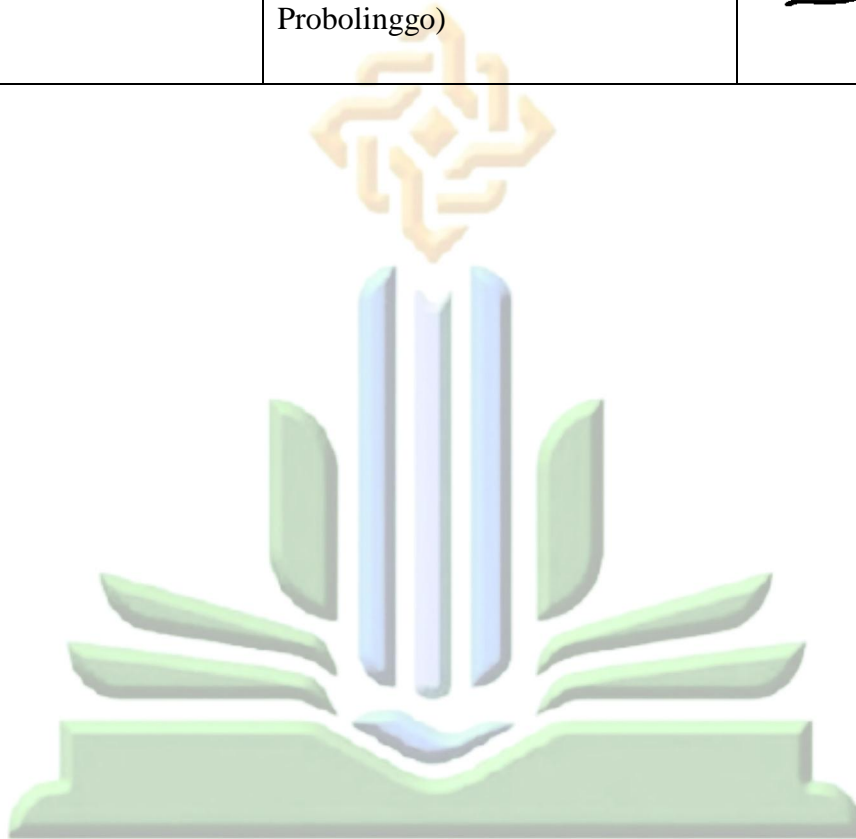
JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

Strategi Pedagang Kaki Lima Di Alun-Alun Kota Probolinggo Dalam Meningkatkan Pendapatan

Lokasi : Alun-Alun Kota Probolinggo Jawa Timur Indonesia

No.	Hari/Tanggal	Jenis Kegiatan	TTD
1.	Senin, 01 Agustus 2022	Mengajukan surat rekomendasi penelitian ke Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Probolinggo dengan melampirkan Surat penelitian dan 1 (satu) eksemplar proposal penelitian	
2.	kamis, 04 Agustus 2022	Menyerahkan surat rekomendasi dari badan kesatuan bangsa dan politik ke Dinas Koperasi Usaha Mikro Perdagangan dan Perindustrian Probolinggo	
3.	Jum'at, 05 Agustus 2022	Surat Peneleitian di ACC	
4.	Senin, 08 Agustus 2022	Wawancara dengan Ibuk Rohimah (selaku PKL di Alun-Alun Kota Probolinggo)	
5.	Rabu, 10 Agustus 2022	Wawancara dengan Ibuk Sumiati (selaku PKL di Alun-Alun Kota Probolinggo)	
6.	Jum'at, 12 Agustus 2022	Wawancara dengan Ibuk Ida (selaku PKL di Alun-Alun Kota Probolinggo)	
7.	Senin, 15 Agustus 2022	Wawancara dengan Bapak Roni (selaku PKL di Alun-Alun Kota Probolinggo)	
8.	Senin, 22 Agustus 2022	Wawancara dengan Bapak Suhadi (selaku PKL di Alun-Alun Kota Probolinggo)	
9.	Rabu, 24 Agustus 2022	Wawancara dengan Ibuk Yunita (selaku PKL di Alun-Alun Kota Probolinggo)	

10	Minggu, 28 Agustus 2022	Wawancara dengan Bapak Udin (selaku PKL di Alun-Alun Kota Probolinggo)	
----	-------------------------	--	---



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Surat Ijin Peneliti



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
Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>



Nomor : B- /Un.22/7.a/PP.00.9/08/2022 08 Agustus 2022
Lampiran : -
Hal : Permohonan Ijin Penelitian

Kepada Yth.
Kepala Dinas Usaha Mikro Perdagangan dan Perindustrian
Jl. Mastrip No. 155 Probolinggo

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diijinkan mahasiswa berikut :

Nama : Ainul Fitriyah
NIM : E20182073
Semester : X (Sepuluh)
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Ekonomi Syariah

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai Strategi Pedagang Kaki Lima di Alun-Alun Kota Probolinggo Dalam Meningkatkan Pendapatan di lingkungan lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

a.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik,


Nurul Widyawati Islami Rahayu

Q

Surat Selesai Penelitian



PEMERINTAH KOTA PROBOLINGGO
DINAS KOPERASI USAHA MIKRO PERDAGANGAN DAN PERINDUSTRIAN
Jl. Mastrip. No. 155 Telp. (0335) 423053
PROBOLINGGO

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Irfandi, S.Sos, M.Si

Jabatan : Dinas Koperasi Usaha Mikro Perdagangan dan Perindustrian

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Ainul Fitriyah

Tempat Tanggal Lahir : Probolinggo, 01 Januari 2001

Pekerjaan : Mahasiswa

NIM : E20182073

Fakultas/Prodi : Ekonomi Syariah


Universitas : UIN KHAS Jember

Menerangkan bahwa mahasiswa tersebut telah melaksanakan kegiatan penelitian di tempat Alun-Alun Kota Probolinggo mulai tanggal 08 Agustus 2022 s/d 28 Agustus 2022 untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul **“Strategi Pedagang Kaki Lima Di Alun-Alun Kota Probolinggo Dalam Meningkatkan Pendapatan”**

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Probolinggo, 30 Desember 2022
a/n. Kepala Dinas Koperasi Usaha Mikro
Perdagangan dan Perindustrian

Kota Probolinggo.
Sekertaris


IRFANDI, S.Sos, M.Si
Pembina Tingkat I
NIP. 19651208 199103 1 013

Pedoman Wawancara

1. Bagaimana strategi pedagang kaki lima dalam meningkatkan pendapatan?

- a. Bagaimana cara mempertahankan kualitas produk?
- b. Bagaimana cara menetapkan harga?
- c. Bagaimana cara mempromosikan dagangan?
- d. Bagaimana cara memberikan pelayanan yang baik?

2. Apa saja kendala yang dihadapi oleh pedagang kaki lima dalam meningkatkan pendapatan?

- a. Bagaimana cara memilih lokasi yang baik atau cocok untuk berdagang?
- b. Modal apa saja yang diperlukan atau dibutuhkan dalam menjalankan usaha ini?
- c. Bagaimana cara mengatasi dagangan ketika terjadi bencana alam (hujan, angin, dll)?

DOKUMENTASI





SURAT KETERANGAN PLAGIASI



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataran No. 01 Mengli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://uinkhas.ac.id>



SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Nomor : B-44.ES/Un.22/7.d/PP.00.9/06/2023

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Ainul fitriyah
NIM : E20182073
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul : strategi pedagang kaki lima di alun-alun kota probolinggo dalam meningkatkan pendapatan

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan aplikasi Turnitin, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada aplikasi Turnitin kurang atau sama dengan 30%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 13 Juni 2023

An. Dekan
Kepala Bagian Akademik
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Q



BIODATA PENULIS



Nama : Ainul Fitriyah
Tempat, Tanggal Lahir : Probolinggo, 01 Januari 2001
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
No. HP : +62-858-5497-3695
Alamat Email : ainulfitriyah1234@gmail.com

Riwayat Pendidikan

TK : TK PGRI
SD/MI : SDN Kedung Asem 04
SMP/MTS : SMO Nurul Jadid
SMA/MA : SMA Nurul Jadid
Perguruan Tinggi : UIN KHAS Jember