

**ANALISIS STRATEGI PEDAGANG KAKI LIMA DI
LINGKUNGAN UIN KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER DALAM MENINGKATKAN
EKONOMI KELUARGA**

SKRIPSI

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



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

Oleh:

Much. Zainal Arifin
NIM: E20192306

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

**ANALISIS STRATEGI PEDAGANG KAKI LIMA DI
LINGKUNGAN UIN KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER DALAM MENINGKATKAN
EKONOMI KELUARGA**

SKRIPSI

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

Oleh:

**Much. Zainal Arifin
NIM: E20192306**

Disetujui Pembimbing



**Dr. Ahmad Fauzi, S. Pd., M.E.I.
NIP. 19811225202311011**

**ANALISIS STRATEGI PEDAGANG KAKI LIMA DI
LINGKUNGAN UIN KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER DALAM MENINGKATKAN
EKONOMI KELUARGA**

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 : 30 November 2023

Tim Penguji

Ketua



Dr. Nurul Widyawati I.R., S.Sos., M.Si.
NIP. 197509052005012003

Sekretaris



Hikmatul Hasanah, M.E.
NUP. 201708173

Anggota:

1. Dr. Nurul Setianingrum, S.E., M.M. ()
2. Dr. Ahmad Fauzi, S.Pd., M.E.I. ()

Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. H. Ubaidillah, M.Ag.
NIP. 196812261996031001

MOTTO

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah maha penyayang kepadamu. (Q.S An-Nisa : 29)”¹

¹Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: Al-Mujamma', 1971), 4 : 29.

PERSEMBAHAN

Segala Puji bagi Allah SWT yang telah memberikan saya kekuatan dalam menyelesaikan skripsi ini serta atas dukungan dari orang-orang terkasih yang telah memberikan pengaruh positif terhadap saya, sehingga saya mampu menyelesaikan tugas akhir ini yang dimulai dengan berbagai macam kesulitan, keikhlasan, serta rasa syukur yang begitu besar. Sebagai tanda hormat dan rasa terimakasih saya yang tak terhingga, skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya, Bapak Achmad Bahirudin dan Ibu Sagina Nainatul Maimunah yang merupakan orang paling terkasih yang telah membesarkan dan mendidik saya dengan penuh kasih sayang, serta tiada henti-hentinya mendoakan dan selalu berusaha memberikan yang terbaik untuk putra satu-satunya.
2. Guru-guru saya dan orang-orang yang telah memberikan saya ilmu, mulai saat saya menempuh pendidikan di Taman Kanak-Kanak (TK) sampai dengan Madrasah Aliyah.
3. Almamater khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq (UIN KHAS) Jember yang saya banggakan.

Terimakasih yang sebesar-besarnya untuk kalian semua yang selalu mendengarkan keluh kesah dan memberikan masukan serta motivasi untuk menyelesaikan kuliah dengan baik dan tepat waktu. Semoga skripsi yang sederhana ini dapat memberikan manfaat dan berguna untuk kemajuan ilmu pengetahuan dimasa yang akan datang.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji bagi Allah SWT atas segala nikmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Strategi Pedagang Kaki Lima Di Lingkungan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga” tepat pada waktunya. Sholawat serta salam kepada Nabi junjungan kita Nabi Muhammad SAW, beserta para keluarga dan sahabat serta seluruh pengikut beliau *illa yaumul qiyamah*.

Skripsi ini disusun guna melengkapi dan memenuhi tugas akhir untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, dimana hal tersebut merupakan kewajiban bagi setiap mahasiswa/i yang ingin menyelesaikan perkuliahannya.

Dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M., CPEM. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq (UIN KHAS) Jember yang telah memberikan fasilitas memadai selama penulis menuntut ilmu.
2. Bapak Dr. H. Ubaidillah, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq (UIN KHAS) Jember.
3. Bapak Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.E.I. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq (UIN KHAS) Jember.

4. Ibu Sofiah, M.E. selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq (UIN KHAS) Jember yang telah membimbing dan selalu memberikan semangat dalam perkuliahan.
5. Bapak Mashudi, S.E.I., M.E.I. selaku Dosen Penasihat Akademik (DPA).
6. Bapak Dr. Ahmad Fauzi, S.Pd., M.E.I. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan saran dan arahan, serta bersedia meluangkan waktunya demi kelancaran selama proses pengerjaan skripsi.
7. Seluruh bapak/ibu dosen Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq (UIN KHAS) Jember khususnya dosen pengajar saya di Program Studi Ekonomi Syariah atas ilmu yang telah diberikan pada penulis.
8. Kepala perpustakaan Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq (UIN KHAS) Jember dan segenap *staff* perpustakaan yang telah membantu menyediakan literatur dan referensi yang menunjang teori-teori penelitian ini.
9. Pihak responden yang merupakan para pedagang kaki lima di lingkungan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah memberikan bantuan kepada penulis dalam melakukan penelitian dan memperoleh informasi yang diperlukan selama penulisan skripsi penelitian ini.
10. Serta semua pihak yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan baik moral maupun material sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Meskipun telah berusaha menyelesaikan skripsi ini sebaik mungkin, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih ada kekurangan. Oleh karena itu,

penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca guna menyempurnakan segala kekurangan dalam penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dalam pengembangan khazanah keilmuan dan berguna bagi para pembaca serta pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Jember, 18 Februari 2023

Penulis

ABSTRAK

Much. Zainal Arifin, Dr. Ahmad Fauzi, S.Pd., M.E.I., 2023: *Analisis Strategi Pedagang Kaki Lima Di Lingkungan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga.*

Kata kunci: Strategi, Pedagang Kaki Lima, Ekonomi Keluarga.

Pedagang Kaki Lima (PKL) merupakan salah satu solusi untuk memenuhi kebutuhan hidup karena sulitnya lapangan pekerjaan yang tersedia bagi anggota masyarakat yang berpendidikan rendah dengan pengalaman serta keterampilan yang sangat terbatas. Namun pada era globalisasi sekarang ini untuk mendirikan sebuah usaha sangatlah tidak mudah, setiap pendiri usaha harus berlomba-lomba dalam memikirkan strategi apa yang digunakan untuk menarik minat pengunjung dan mempertahankan minat pengunjung agar tidak berpaling ke tempat lainnya. Seorang pedagang harus mengetahui bagaimana agar usahanya itu berkembang dan sukses sesuai dengan tujuan yang diinginkannya. Salah satunya adalah dengan memahami strategi, pengelolaan yang cocok untuk usaha tersebut.

Fokus penelitian yang diteliti adalah: 1) Bagaimana strategi yang dilakukan pedagang kaki lima di lingkungan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dalam meningkatkan ekonomi keluarga? 2) Apa saja masalah yang dihadapi oleh pedagang kaki lima di lingkungan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dalam meningkatkan ekonomi keluarga?

Tujuan dari penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui strategi yang dilakukan pedagang kaki lima di lingkungan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dalam meningkatkan ekonomi keluarga. 2) Untuk mengetahui kendala yang dihadapi oleh pedagang kaki lima di lingkungan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dalam meningkatkan ekonomi keluarga.

Untuk mengidentifikasi permasalahan diatas, penelitian ini menggunakan penelitian studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan dokumentasi.

Penelitian ini memperoleh kesimpulan yaitu: 1) Strategi pedagang kaki lima dalam meningkatkan ekonomi keluarga di lingkungan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, yaitu dengan menjaga kualitas produk, melakukan penetapan harga, melakukan promosi, memilih lokasi yang strategis, dan memberikan pelayanan yang baik. 2) Kendala yang dihadapi oleh pedagang kaki lima di lingkungan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dalam meningkatkan ekonomi keluarga, yaitu penentuan lokasi usaha, modal usaha yang dibutuhkan, dan faktor alam yang dalam penelitian ini adalah musim hujan.

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Sampul	i
Lembar Persetujuan Pembimbing.....	iii
Motto	iv
Persembahan	v
Kata Pengantar.....	vi
Abstrak	ix
Daftar Isi	x
Daftar Tabel.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Definisi Istilah	9
F. Sistematika Pembahasan	9
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	11
A. Penelitian Terdahulu	11
B. Kajian Teori	19
BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	30
B. Lokasi Penelitian.....	31

C. Subyek Penelitian.....	32
D. Teknik Pengumpulan Data.....	33
E. Analisis Data	35
F. Keabsahan Data.....	36
G. Tahapan Penelitian	37
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	39
A. Gambaran Objek Penelitian	39
B. Penyajian Data dan Analisis.....	39
C. Pembahasan Temuan.....	54
BAB V PENUTUP.....	65
A. Simpulan	65
B. Saran-Saran	66
Daftar Pustaka.....	67
Lampiran-lampiran	
1. Matrik Penelitian	
2. Surat Pernyataan Keaslian Tulisan	
3. Pedoman dan Hasil Wawancara	
4. Surat Ijin Penelitian	
5. Surat Selesai Penelitian	
6. Jurnal Kegiatan Penelitian	
7. Dokumentasi Penelitian	
8. Surat Keterangan Lulus Plagiasi	
9. Surat Keterangan Selesai Bimbingan Skripsi	
10. Biodata Penulis	

DAFTAR TABEL

No	Uraian	Hal
2.1	Penelitian Terdahulu	17
3.1	Data Informan Pedagang Kaki Lima.....	33
4.1	Pedoman Wawancara Pedagang Kaki Lima (PKL).....	39
4.2	Data Modal Awal dan Jumlah Penghasilan Pedagang Per Bulan .	41

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Pada era globalisasi sekarang ini untuk mendirikan sebuah usaha sangatlah tidak mudah, setiap pendiri usaha harus berlomba-lomba dalam memikirkan strategi apa yang digunakan untuk menarik minat pengunjung dan mempertahankan minat pengunjung agar tidak berpaling ke tempat lainnya. Perdagangan merupakan suatu aspek kehidupan yang bersifat horizontal yang dengan sendirinya dapat berarti ibadah karena memberi kemudahan kepada orang-orang yang membutuhkan.² Di samping itu, dagang juga sebagai salah satu aspek kehidupan yang bersifat eskatologis yang berarti ibadah yang bersifat dunia dan akhirat, karena keterkaitannya secara langsung dengan sektor riil.³

Seorang pedagang harus mengetahui bagaimana agar usahanya itu berkembang dan sukses sesuai dengan tujuan yang diinginkannya. Salah satunya adalah dengan memahami strategi, pengelolaan yang cocok untuk usaha tersebut. Strategi sama maknanya dengan siasat atau taktik, dalam arti umum, strategi adalah rencana yang disatukan, menyeluruh dan terpadu yang mengaitkan keunggulan strategi perdagangan dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perdagangan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh pedagang, yang termasuk didalamnya untuk individu, kelompok, lembaga swasta, dan pemerintah.

² Buchari Alma, *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islami* (Bandung: CV. Alfabeta, 1994), 75.

³ Umi Karomah Yaumidin, *Sistem Fiskal Tanpa Bunga* (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2005), 74.

Sedangkan pengelolaan disebut juga proses, atau cara. Pengelolaan adalah suatu rangkaian kegiatan yang berintikan perencanaan, pengorganisasian penggerakan dan pengawasan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.⁴

Pedagang kaki lima (PKL) 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.⁵ Menjadi pedagang kaki lima merupakan salah satu solusi untuk mendapatkan penghasilan dan dapat memenuhi kebutuhan hidup. PKL ini timbul dari adanya suatu kondisi pembangunan perekonomian dan pendidikan yang tidak merata di seluruh Negara Republik Indonesia. PKL ini juga timbul dari akibat tidak tersedianya lapangan pekerjaan bagi rakyat kecil yang tidak memiliki kemampuan dalam produksi. Kedua, jumlah pencari kerja lebih besar dibandingkan dengan lapangan kerja formal yang tersedia. Maka sektor informal khususnya PKL merupakan penyelesaian terhadap persoalan ini. Di samping adanya orang-orang yang memang sulit dapat tertampung pada sektor formal karena tingkat pendidikan yang tidak memadai. Ketiga, adanya kesenjangan pertumbuhan ekonomi antara kota dengan desa yang mencerminkan terjadinya sentralisasi pembangunan, menyebabkan aliran sumber daya manusia dari desa ke kota

⁴ Laurence R. Jauch dan William F. Glueck, *Manajemen Strategi dan Kebijakan Perusahaan* (Jakarta: Erlangga, 1988), 12.

⁵ Sutrisno Iwanto, *Kiat Sukses Berwirausaha* (Jakarta: Grasindo, 2001), 7.

untuk mendapatkan pekerjaan yang lebih baik. Sedangkan yang keempat adalah adanya keterbatasan ruang usaha yang strategis bagi PKL.⁶

Perencanaan merupakan bagian yang menentukan perkembangan usaha karena segala macam pekerjaan berpusat pada bagian perencanaan. Perencanaan usaha dagang meliputi perencanaan lokasi dan bangunan, perencanaan alat dan bahan, perencanaan keuangan (modal), perencanaan tenaga kerja dan perencanaan pemasaran. Perencanaan yang baik dapat dicapai dengan mempertimbangkan kondisi diwaktu yang akan datang, serta periode sekarang pada saat rencana dibuat.⁷

Dalam wawancara penulis dengan pedagang kaki lima (PKL) di lingkungan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang dipaparkan oleh mas Robi pedagang aneka minuman, beliau mengatakan bahwa:

Supaya PKL mampu bersaing dengan pedagang lain maka barang yang diperdagangkannya, modal, alat, tenaga kerja, tempat atau lokasi yang digunakannya harus lebih baik dibandingkan dengan pedagang yang ada disekitarnya. Modal yang digunakan juga pas-pasan sehingga barang yang dijual pun sedikit dan standar jika dibandingkan dengan pedagang-pedagang yang lain. Selain itu, lokasi strategis akan menentukan kelancaran berdagangnya dibandingkan pedagang yang menempati kios atau ruko, lokasi strategis dapat ditempati seperti di depan pintu keluar masuk pasar atau juga di tempat parkir. Selain itu, harus ada strategi usaha untuk mempertahankan dagangan yang dijual, yaitu dengan melihat kondisi cuaca (musiman), menjual jenis barang dagangan yang mudah laku terjual serta dengan memperhatikan karakteristik pembeli atau kesukaan mahasiswa (sesuai dengan kondisi modal).⁸

⁶ Dr. H. Abu Yazid, *Fiqih Realitas* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2005), 10.

⁷ James Stoner AF, *Perencanaan dan Pengambilan Keputusan dalam Manajemen*, terj. Sahay Simora (Jakarta: Rineka Cipta, 2003), 6.

⁸ Mas Robi, *Wawancara*, (20 Oktober 2022).

Penelitian yang dilakukan Indah Sundari dengan judul “Strategi Pedagang Kaki Lima Dalam Meningkatkan Penghasilan Untuk Kesejahteraan Keluarga Studi Pada Pedagang Kaki Lima Di Jalan Arif Rahman Hakim Telanaipura Kota Jambi” menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan oleh PKL adalah menjaga kualitas produk, menetapkan harga produk yang sesuai, melakukan promosi, memilih tempat yang strategis, dan memberikan pelayanan yang terbaik kepada pembeli. Selain itu, dibalik strategi yang telah dilakukan tentunya tetap ada kendala yang dihadapi oleh para pedagang kaki lima tersebut, yaitu kendala lokasi dan modal usaha. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Isty Evrilia Rahayu dengan judul “Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kaki Lima Di Alun-Alun Ponorogo” menunjukkan bahwa strategi yang dipakai oleh PKL di alun-alun Ponorogo antara lain, yaitu strategi produk dan layanan, strategi harga, strategi pemasaran dan strategi tempat, namun strategi-strategi tersebut mengalami kendala dalam prosesnya dan belum mampu meningkatkan pendapatan pedagang serta belum mampu membawa pedagang untuk bersaing dengan pesaing mereka.

Ada bermacam-macam pedagang yang berada di lingkungan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, mulai dari pedagang tetap yang menempati kios dan ada pula pedagang tidak tetap. PKL sendiri yaitu perdagangan yang berpindah-pindah tempat, biasanya mengambil tempat atau lokasi di daerah keramaian umum seperti trotoar di samping lapangan dan sebelum pintu masuk depan kampus tepatnya sebelah kiri dan kanan pintu masuk. Pemilihan

tempat tersebut dipilih karena PKL selalu berusaha supaya barang dagangannya cepat habis terjual, 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.⁹ Dengan adanya strategi tersebut diharapkan dapat meningkatkan ekonomi keluarga para pedagang, karena ekonomi keluarga penting sekali untuk menuju masyarakat yang makmur.¹⁰

Adapun sarana berjualan yang banyak digunakan oleh PKL di lingkungan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yaitu berupa gerobak, tenda, maupun berjualan secara lesehan dengan cara menggelar barang dagangan di samping jalan yang akan ditawarkan kepada pembeli. Sarana berjualan berupa gerobak yang digunakan oleh PKL yang memiliki roda sehingga dapat dengan mudah memindahkannya dan juga gerobak yang bisa di tempatkan di atas sepeda motor sebagai tempat berjualan.

Jumlah pedagang kaki lima (PKL) di lingkungan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, yaitu sekitar 30 pedagang dimana kebanyakan dari mereka adalah orang kalangan bawah yang bermodalkan pas-pasan, tidak memiliki tempat untuk berjualan dan juga ingin memilih tempat di keramaian agar barang dagangannya cepat laku. Adapun sarana untuk berjualan oleh PKL di lingkungan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, yaitu dengan menggunakan kendaraan, dengan ini akan memudahkan para PKL berjualan karena simpel juga tidak memakan tempat banyak dibandingkan tenda

⁹ Sutrisno Iwanto, 16.

¹⁰ Soedjito Sosrodihardjo, *Transformasi Sosial Menuju Masyarakat Industri* (Yogyakarta: Tiara Wacana, 1986), 133-137.

ataupun dengan gerobak, selain menggunakan kendaraan juga berjualan dengan cara menggunakan meja kecil untuk tempat barang dagangannya dan juga dengan menggunakan alas tikar untuk menjajakan dagangannya.

Ada banyak perbedaan pedagang yang ada di lingkungan kampus UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dikarenakan adanya perbedaan modal, kreatifitas, pengalaman kerja masing-masing pedagang. Melihat kondisi tersebut, seorang pedagang harus memahami strategi usaha yang cocok untuk usahanya tersebut. PKL dengan bermodal pas-pasan, tempat seadanya, maka dari itu, penting memahami strategi usaha dalam kegiatan usaha dagang PKL agar mampu mempertahankan bisnisnya. Maka dari itu, dengan ini penulis membuat judul dengan judul “Analisis Strategi Pedagang Kaki Lima di Lingkungan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga”.

Peneliti memilih lokasi penelitian tepatnya di sepanjang Jalan Jum'at Kelurahan Mangli Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember khususnya lingkungan kampus UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember tentu tidak lepas dari berbagai alasan. Adapun yang menjadi alasan peneliti memilih lokasi penelitian di lingkungan kampus UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember adalah banyaknya pedagang kaki lima (PKL) yang berjualan di daerah sekitar kampus untuk meningkatkan ekonomi keluarga mulai dari siang hingga malam hari dan strategi-strategi yang digunakan dalam menjual dagangan mereka untuk menarik minat konsumen agar membeli dagangannya serta kendala yang dihadapi dalam prosesnya. Adapun alasan lain yang menjadi

penguat bagi peneliti untuk meneliti di tempat tersebut, yaitu aspek yang strategis kampus UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember adalah tempat peneliti menuntut ilmu, sehingga akan mempermudah peneliti dalam mengumpulkan data dan cukup mengetahui kondisi perkembangan PKL di wilayah yang menjadi tujuan penelitian secara maksimal.

B. Fokus Penelitian

Penelitian ini akan menganalisis proses strategi usaha Pedagang Kaki Lima (PKL) yang berada di lingkungan kampus UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember Kabupaten Jember. Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti akan merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi yang dilakukan pedagang kaki lima di lingkungan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dalam meningkatkan ekonomi keluarga?
2. Apa saja masalah yang dihadapi oleh pedagang kaki lima di lingkungan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dalam meningkatkan ekonomi keluarga?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian di atas, tujuan dari penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi yang dilakukan pedagang kaki lima di lingkungan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dalam meningkatkan ekonomi keluarga.

2. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi oleh pedagang kaki lima di lingkungan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dalam meningkatkan ekonomi keluarga.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan dan implementasi untuk mengidentifikasi perkembangan di UMKM khususnya Pedagang Kaki Lima (PKL) dan agar menambah wawasan mengenai mengembangkan ilmu yang didapat pada mata kuliah manajemen strategi khususnya pada strategi usaha pada suatu perusahaan.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi pedagang kaki lima (PKL): hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan bagi pedagang untuk mengembangkan strategi usaha yang baik.
- b. Bagi pembaca, hasil penelitian ini bisa menambah wawasan bagi pembaca tentang strategi usaha pedagang kaki lima (PKL).
- c. Bagi penulis yang akan datang, memberikan wawasan serta referensi yang berguna bagi penelitian selanjutnya.

E. Definisi Istilah

Definisi operasional adalah yang digunakan sebagai pijakan pengukuran secara empiris terhadap variabel penelitian dengan rumusan yang didasarkan pada indikator variabel.¹¹ Berdasarkan definisi tersebut, maka definisi operasional dalam penelitian ini antara lain:

1. Strategi pemasaran adalah strategi yang digunakan oleh perusahaan produsen barang atau jasa secara kesinambungan. Penyusunan usaha secara menyeluruh dilandasi oleh strategi pemasaran.
2. Pedagang kaki lima (PKL) yaitu sebutan yang dijuluki pada penjual yang menjajakan dagangannya yang melaksanakan aktivitas komersial di pinggir jalan.
3. Ekonomi keluarga adalah suatu kajian tentang upaya manusia dalam memenuhi kebutuhan-kebutuhannya melalui aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh seseorang yang bertanggung jawab atas kebutuhan dan kebahagiaan bagi kehidupannya.

F. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah dalam mendapatkan pandangan terkait pembahasan skripsi dengan judul “Analisis Strategi Pedagang Kaki Lima Di Lingkungan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga” maka peneliti membagi secara sistematis dalam lima bab diantaranya.

¹¹ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Institut Agama Islam Negeri Jember* (Jember: IAIN Jember, 2019), 40.

BAB I Pendahuluan: Dalam bab ini membahas mengenai pendahuluan yang menggambarkan latar belakang masalah, fokus masalah yang akan diteliti, tujuan penelitian, beserta definisi istilah.

BAB II Kajian Pustaka: Bab kedua ini membahas tentang kajian pustaka yang meliputi tentang penelitian terdahulu, dan kajian teori yang berhubungan dengan topik penelitian.

BAB III Metode Penelitian: Bab ketiga ini membahas mengenai metodologi penelitian yang digunakan mulai dari memilih pendekatan penelitian serta jenis penelitian, objek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data dan beberapa tahapan penelitian.

BAB IV Penyajian Data dan Analisis Data: Bab keempat disini membahas mengenai gambaran objek penelitian, penyajian data beserta analisisnya serta hasil penemuan di lapangan setelah melakukan penelitian di lapangan yang diimplementasikan dalam bentuk kalimat deskriptif.

BAB V Penutup: Dalam Bab kelima disini merupakan bab penutup dalam penelitian yang berupa bagian penutup dalam penyusunan laporan penelitian beserta saran. Kesimpulan yang berupa jawaban dari fokus penelitian yang telah ditentukan di bagian awal sebelum melakukan observasi lapangan penelitian dan saran dibuat sebagai masukan untuk pelaksanaan penelitian selanjutnya.

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 (skripsi, tesis, disertasi dan sebagainya). Dengan melakukan langkah ini, maka akan dapat dilihat sampai sejauh mana orisinalitas dan posisi penelitian yang hendak dilakukan.

Penelitian yang dilakukan oleh Ari Wahyu Handayani, “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omzet Dagang Pedagang Kaki Lima Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Di Pasar Karanggede)” dengan hasil penelitian, yaitu 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. 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 adalah barang yang halal untuk diperjual belikan.¹²

Selanjutnya penelitian yang dilakukan Elvina Fiskayola dengan judul “Peran Wanita Pedagang Kaki Lima Dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga Di Pasar Danau Bingkuang Menurut Tinjauan Ekonomi Syariah”.

¹² Ari Wahyu Handayani, “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omzet Dagang Pedagang Kaki Lima Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Di Pasar Karanggede),” (Skripsi, Universitas Negeri Walisongo, 2020), 76-80.

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 kuat. 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.¹³

Penelitian yang dilakukan 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" dilakukan dengan tujuan 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

¹³ Elvina Fiskayola, "Peran Wanita Pedagang Kaki Lima Dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga Di Pasar Danau Bingkuang Menurut Tinjauan Ekonomi Syariah," (Skripsi, UIN Sultan Syarif Kasim, 2019), 79-80.

pelayanan yang terbaik kepada para pembeli dan kendala yang dihadapi oleh pedagang kaki lima meliputi kendala lokasi usaha dan kendala modal usaha.¹⁴

Penelitian Nurul Aulia Dewi yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Pedagang Kaki Lima Di Jembatan Tabayang Kota Tanjung Balai”, dalam penelitian tersebut secara umum para PKL rata-rata lulusan Sekolah menengah Pertama (SMP) yang minim akan pengetahuan tentang strategi pemasaran namun mampu bertahan dalam persaingan pasar dan para produk yang dijual para PKL di Jembatan Tabayang merupakan produk yang diperoleh dari Kabupaten Asahan, Kabupaten Labuhan Batu Utara, Kabupaten Batu Bara dan Kabupaten Simalungun. Mempertahankan kualitas dan kuantitas dapat dilakukan oleh para PKL dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki, sebagaimana buah rambutan dan rambe yang dijual menyajikan kualitas rasa buah sesuai yang diinginkan konsumen dengan harga yang terjangkau dan relatif murah, Para PKL di Jembatan Tabayang masih menggunakan cara lama diakibatkan karena tingkat pendidikan para PKL sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya, maka para konsumen datang langsung ke tempat untuk membeli. Jangankan menerima pemesanan *online*, para PKL juga tidak menggunakan spanduk, baliho maupun slogan untuk mempromosikan produk yang dipasarkan mereka. Namun, hubungan yang baik dengan konsumen dapat membentuk citra yang baik pula bagi PKL.¹⁵

¹⁴ 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, UIN Sulthan Thaha Sifuddin, 2019), 79-80.

¹⁵ Nurul Aulia Dewi, “Analisis Strategi Pemasaran Pedagang Kaki Lima Di Jembatan Tabayang Kota Tanjung Balai,” (Skripsi, UIN Sumatera Utara Medan, 2019), 71-72.

Dalam skripsi Rizqiah Mardotillah dengan judul “Strategi Pedagang Kaki Lima Dalam Meningkatkan Penghasilan Untuk Kesejahteraan Keluarga (Studi Kasus Pedagang Kaki Lima Taman Kota Selong)”, berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan 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 modal usaha dan cuaca.¹⁶

Dalam jurnal yang bernama Mohammad Noor Khairullah, dkk “Strategi Pedagang Kaki Lima Dalam Meningkatkan Pendapatan di Masa Pasca Pandemi Covid-19”. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan 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.¹⁷

Dalam skripsi yang bernama Nazipa Sapitri dengan judul penelitian “Strategi Pedagang Masa Covid-19 Terhadap Pendapatan Pedagang Kaki Lima Muslim Di Pasar Malioboro Kota Jambi”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi pedagang masa covid-19 terhadap pendapatan pedagang

¹⁶ Rizqiah Mardotillah “Strategi Pedagang Kaki Lima Dalam Meningkatkan Penghasilan Untuk Kesejahteraan Keluarga (Studi Kasus Pedagang Kaki Lima Taman Kota Selong)” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Mataram, 2021), 59-68.

¹⁷ Mohammad Noor Khairullah, dkk, “Strategi Pedagang Kaki Lima Dalam Meningkatkan Pendapatan di Masa Pasca Pandemi Covid 19,” *Jurnal Manajemen dan Penelitian Akuntansi (JUMPA)* Vol. 15, No. 2 (2022): 97.

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 pedagang dengan mempertimbangkan aspek rasional dengan tawar menawar yang diberlakukan untuk pendapatan para PKL pada masa covid-19 ini rata-rata menurun 80%.¹⁸

Dalam skripsi Zulfikar yang berjudul “Perilaku Jual Beli Di Kalangan Pedagang Kaki Lima Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Studi Kasus Pedagang Kaki Lima Di Pasar Sentral Kabupaten Dompu NTB” dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan para pedagang di pasar sentral dompu, peneliti dapat hasil dari jawaban 10 Informan yang berkaitan dengan pemahaman pedagang mengenai etika bisnis Islam. Berdasarkan hasil penelitian yang berkenaan tentang pemahaman pedagang mengenai etika bisnis islam yang meliputi pedagang pakaian, es campur, jam tangan, buah-buahan, nasi bambu/tape, sembako, rempah-rempah, martabak/terang bulan, dan pedagang mie ayam/nasi goreng mengatakan bahwa mereka tidak mengetahui etika bisnis islam. Akan tetapi, sebagian besar pedagang kaki lima menjalankan usaha dagang atau jual beli menggunakan aturan yang telah diatur oleh agama Islam. Para pedagang kaki lima di pasar sentral dompu dalam menjalankan aktivitas bisnis sebagian besar telah memahami barang-

¹⁸ Nazipa Sapitri, “Strategi Pedagang Masa Covid-19 Terhadap Pedagang Kaki Lima Muslim Di Pasar Malioboro Kota Jambi,” (Skripsi, UIN Sulthan Thaha Saifuddin, 2021), 77-78.

barang yang dilarang oleh agama islam untuk diperjual belikan. Barang-barang yang dilarang diperjual belikan seperti bahan makanan yang mengandung unsur haram. Seperti yang dilakukan pedagang mie ayam/nasi goreng, bahwa beliau tidak mencampurkan bahan makanan dengan minyak babi.¹⁹

Dalam skripsi Isty Evrilia Rahayu dengan judul “Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kaki lima Di Alun-Alun Ponorogo” menunjukkan tingkat keramaian dan keberadaan Alun-Alun Ponorogo mulai berkurang, minat masyarakat untuk mengunjungi Alun-Alun Ponorogo semakin berkurang sehingga Alun-Alun Ponorogo seringkali sangat sepi dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Diduga karena semakin banyaknya pesaing dari luar membuat konsumen beralih. Dengan strategi bisnis yang diterapkan oleh pedagang kaki lima di Alun-Alun Ponorogo saat ini yaitu strategi produk dan layanan, strategi harga, strategi pemasaran dan strategi tempat, mereka belum mampu membawa pedagang untuk bersaing dengan baik dengan pesaing mereka. Strategi ini mengalami kendala dalam proses pengembangannya dan belum mampu meningkatkan pendapatan pedagang saat ini.²⁰

Penelitian yang dilakukan oleh Ricky Feby Styawan dengan judul “Kehidupan Pedagang Kaki Lima Terhadap Kesejahteraan Keluarga di Depan Kampus Alauddin Alauddin Makassar Samata Gowa”. Tujuan dalam penelitian untuk mengetahui bagaimana kehidupan sosial pedagang kaki lima dan masalah yang dihadapi dalam kesejahteraan keluarga dari aspek ekonomi

¹⁹ Zulfikar, “Perilaku Jual Beli Di Kalangan Pedagang Kaki Lima Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Studi Kasus Pedagang Kaki Lima Di Pasar Sentral Kabupaten Dompu NTB,” (Skripsi, Muhammadiyah Makassar, 2020), 62-63.

²⁰ Isty Evrilia Rahayu, "Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kaki Lima Di Alun-Alun Ponorogo" (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2020), 81-82.

dan pendidikan di depan kampus UIN Alauddin Makassar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kehidupan pedagang kaki lima dalam aspek ekonomi di depan kampus dua UIN Alauddin 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.²¹

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Judul Penelitian	Penulis (Tahun)	Penelitian	
			Persamaan	Perbedaan
1.	Peran Wanita Pedagang Kaki Lima Dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga Di Pasar Danau Bingkuang Menurut Tinjauan Ekonomi Syariah	Elvina Fiskayola (2019)	Menggunakan teknik pengumpulan data dokumentasi.	Fokus penelitian lebih terfokus pada peran wanita pedagang kaki lima.
2.	Strategi Pedagang Kaki Lima Dalam Meningkatkan Penghasilan Untuk Kesejahteraan Keluarga Studi Pada Pedagang Kaki Lima di Jalan Arif Rahman Hakim Telanaipura Kota Jambi	Indah Sundari (2019)	Metode pengumpulan data menggunakan metode observasi dan wawancara.	Subjek penelitian dan lokasi penelitian yang berbeda.
3.	Analisis Strategi Pemasaran Pedagang Kaki Lima Di Jembatan Tabayang Kota Tanjung Balai	Nurul Aulia Dewi (2019)	Penelitian kualitatif dengan bentuk deskriptif dan subyek yang dijadikan sumber dalam penelitian.	Penelitian ini dilakukan menggunakan teori strategi pemasaran yang diterapkan oleh para Pedagang Kaki Lima (PKL).

²¹ Ricky Feby Styawan, "Kehidupan Pedagang Kaki Lima Terhadap Kesejahteraan Keluarga Di Depan Kampus Alauddin Makassar Samata Gowa," (Skripsi, UIN Alauddin Makassar, 2019), 83.

No.	Judul Penelitian	Penulis (Tahun)	Penelitian	
			Persamaan	Perbedaan
4.	Kehidupan Pedagang Kaki Lima Terhadap Kesejahteraan Keluarga di Depan Kampus Alauddin Alauddin Makassar Samata Gowa	Ricky Feby Styawan (2019)	Alur analisis data dilakukan dengan reduksi data, penyajian dan penyimpulan data.	Fokus penelitian dan subjek yang digunakan berbeda, yaitu kesejahteraan keluarga.
5.	Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omzet Dagang Pedagang Kaki Lima Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Di Pasar Karanggede)	Ari Wahyu Handayani (2020)	Metode penelitian menggunakan penelitian deskriptif kualitatif.	Fokus penelitian menekankan pada ekonomi islam terhadap strategi pemasaran.
6.	Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kaki lima Di Alun-Alun Ponorogo	Isty Evrilia Rahayu (2020)	Membahas tentang usaha-usaha dalam berjualan / pedagang.	Penelitian ini menganalisa berdasarkan perekonomian dalam islam dan pedagang muslim
7.	Perilaku Jual Beli Di Kalangan Pedagang Kaki Lima Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Studi Kasus Pedagang Kaki Lima Di Pasar Sentral Kabupaten	Zulfikar (2020)	Menggunakan teknik analisis data seperti reduksi data, pengumpulan data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.	Teori ini menggunakan manajemen sedangkan peneliti menggunakan teori strategi pemasaran
8.	Strategi Pedagang Masa Covid-19 Terhadap Pendapatan Pedagang Kaki Lima Muslim Di Pasar Malioboro Kota Jambi	Nazipa Sapitri (2021)	Menggunakan metode penelitian wawancara dan observasi.	Dalam fokus penelitian ditekankan pada strategi pedagang kaki lima selama masa covid-19.

No.	Judul Penelitian	Penulis (Tahun)	Penelitian	
			Persamaan	Perbedaan
9.	Strategi Pedagang Kaki Lima Dalam Meningkatkan Penghasilan Untuk Kesejahteraan Keluarga (Studi Kasus Pedagang Kaki Lima Taman Kota Selong)	Rizqiah Mardotillah (2021)	Proses penelitian dilakukan secara terus menerus dimulai dengan menelaah data yang tersedia dari berbagai sumber.	Menggunakan teori strategi pengembangan usaha dagang
10.	Strategi Pedagang Kaki Lima Dalam Meningkatkan Pendapatan di Masa Pasca Pandemi Covid 19	Mohammad Noor Khairullah, dkk (2022)	Metode dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi	Teori pemberdayaan Pedagang Kaki Lima di sektor informal dilihat dari teknik pemberdayaan dan strategi pemberdayaan

Sumber: Penelitian Terdahulu, data diolah 2022

B. Kajian Teori

Kajian teori merupakan sebuah penjelasan yang tersusun rapi dan teratur yang terdapat pada suatu penelitian. Dimana dalam menentukan teori yang akan dikaji sangatlah berguna dalam menyelesaikan penelitian. Adapun kajian teori yang digunakan dalam penelitian ini yakni sebagai berikut:

1. Strategi

a. Konsep Strategi

Istilah strategi berasal dari kata Yunani *strategeia* (*stratos* = militer dan *ag* = memimpin), yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jendral. Konsep ini relevan dengan situasi pada zaman dulu yang sering diwarnai perang, dimana jendral dibutuhkan

untuk memimpin suatu angkatan perang agar selalu dapat memenangkan perang.²²

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 (sasaran atau *objective*) 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.²³

Berdasarkan perspektif pertama, strategi dapat didefinisikan sebagai program untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi dan mengimplementasikan misinya. Dalam lingkungan yang selalu mengalami perubahan, pandangan ini lebih banyak diterapkan. Sedangkan berdasarkan perspektif kedua, strategi didefinisikan sebagai pola tanggapan atau respon organisasi terhadap lingkungannya sepanjang waktu.²⁴

Strategi mendeskripsikan arah umum yang dituju suatu perusahaan untuk mencapai tujuannya. Perusahaan mengembangkan strateginya dengan mencocokkan kompetensi inti dengan peluang industri. Strategi digunakan oleh para eksekutif senior untuk mengevaluasi keunggulan dan kelemahan sehubungan dengan peluang

²² Irine Diana Sari Wijayanti, *Manajemen* (Yogyakarta: Nuha Medika, 2012), 61.

²³ Abdul Rivai, dkk, *Manajemen Strategis* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015), 9.

²⁴ Irine Diana Sari Wijayanti, 62.

dan ancaman yang ada di lingkungan kemudian memutuskan strategi yang menyesuaikan antara kompetensi inti perusahaan dan peluang lingkungan.²⁵

b. Jenis-jenis Strategi

Strategi terbagi menjadi empat jenis²⁶, yaitu yang pertama strategi korporat, tujuan dari strategi ini adalah menetapkan bisnis apa yang dilakukan dan dijalankan oleh perusahaan. Beberapa korporasi memiliki dan menjalankan satu bisnis saja.

Kedua, strategi bisnis atau persaingan. Ketika korporasi memiliki dan menjalankan bisnis, perusahaan harus mengembangkan strategi untuk masing-masing bisnis. Strategi bisnis (atau persaingan) diterapkan pada tingkatan unit bisnis atau lini produk dan berfokus pada peningkatan posisi bersaing perusahaan.

Ketiga, strategi fungsional, pada tataran strategi fungsional, manajer dalam bidang tertentu seperti pemasaran, keuangan, dan operasi memutuskan cara terbaik mencapai tujuan perusahaan dengan mengerjakan kegiatan fungsional mereka seefektif mungkin. Bagi PKL bisa melakukan aktivitas bekerja setiap harinya bagian dari cara mereka mempertahankan diri untuk bisa menyambung kehidupannya. Ada lima cara bertahan hidup PKL diantaranya, yaitu: Mengerucut menjadi kelompok dengan kearifan-kearifan solidaritas mekanik; Mempertahankan setiap jengkal ruang kota yang bernilai ekonomis;

²⁵ Rachmat, *Manajemen Strategik* (Bandung: Pustaka Setia, 2014), 8.

²⁶ Ronald J Ebert, *Pengantar Bisnis* (Edisi Kesepuluh, Erlangga, 2015), 159-161.

Membentuk entitas kecil dalam komunitas yang biasanya seragam; Ikut dengan orang yang punya modal; dan Menyiasati kebijakan aparat pemerintah.

Keempat, 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.

Manajemen pemasaran adalah analisis perencanaan, penerapan, dan pengendalian terhadap program yang dirancang untuk menciptakan, membangun dan mempertahankan pertukaran dan hubungan yang menguntungkan dengan pasar sasaran dengan maksud untuk mencapai tujuan organisasi. Manajemen pemasaran dikelompokkan dalam empat aspek yang sering dikenal dengan *marketing mix* atau bauran pemasaran. Bauran pemasaran atau *marketing mix* adalah kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkan di

pasar sasaran. Ada empat komponen dari bauran pemasaran atau *marketing mix* untuk masuk ke pasar, yaitu²⁷:

1) Produk (*Product*)

Ada tiga alternatif pengembangan strategi produk, produk sendiri adalah kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pasar sasaran yaitu: Pertumbuhan intensif dengan tujuan untuk meningkatkan market share dengan menggunakan strategi penetrasi pasar; Pertumbuhan integratif dengan tujuan membuat produk baru dengan menggunakan strategi pengembangan pasar; dan Pertumbuhan diversifikasi dengan tujuan memperluas pasar sasaran dengan menggunakan strategi pengembangan pasar.

2) Harga (*Price*)

Harga adalah jumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk memperoleh produk. Ada tiga strategi harga yang umumnya digunakan perusahaan, yaitu: Penetapan harga berdasarkan biaya dengan tujuan untuk menghasilkan produk yang menggunakan metode penetapan harga berdasarkan biaya yang dikeluarkan; Penetapan harga berdasarkan nilai dengan tujuan untuk menetapkan suatu harga produk yang menggunakan penilaian atau persepsi dari pembeli dan bukan dari biaya penjualan; dan Penetapan harga berdasarkan persaingan yaitu mengambil keputusan penetapan

²⁷ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, terj. Bob Sabran (Erlangga Edisi ke-12, 2008), 62-63.

harga dengan cara mempertimbangan harga yang ditetapkan oleh pesaing terlebih dahulu.

3) Tempat (*Place*)

Tempat meliputi kegiatan perusahaan membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran. Pemilihan lokasi yang tepat dapat mempengaruhi peningkatan keuntungan suatu perusahaan secara keseluruhan. Faktor yang perlu dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi adalah seperti jarak yang dekat dengan kawasan industri, perkantoran, pusat pemerintahan, pasar, perumahan, jumlah pesaing, serta sarana dan prasarana yang memadai.

4) Promosi (*Promotion*)

Promosi adalah aktivitas yang menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan membeli. Ada beberapa cara dalam melakukan kegiatan promosi, yaitu: *Advertising*; Penjualan dengan Harga Kerabat (*Selling*); Nama Baik Identitas (*Brand*); Servis untuk Kepuasan Pelanggan (*Service*); dan Pencerminan Proses Tingkat Kualitas, Harga dan Pengiriman (*Process*).

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, baik di negara maju maupun berkembang.

Adapun definisi pedagang kaki lima adalah orang yang menawarkan barang atau jasa untuk dijual dari tempat-tempat umum, terutama jalan-jalan dan trotoar. Pedagang kaki lima merupakan usaha kecil yang dilakukan oleh masyarakat yang berpenghasilan rendah (gaji harian) dan mempunyai modal yang terbatas.²⁸

Istilah kaki lima sendiri berasal dari trotoar yang dahulu berukuran lebar 5 *feet* atau sama dengan kurang lebih 1.5 meter, sehingga dalam pengertian ini pkl adalah pedagang yang berjualan pada kaki lima, dan biasanya mengambil tempat atau lokasi di daerah keramaian umum seperti trotoar di depan pertokoan atau kawasan perdagangan, pasar, sekolah dan gedung bioskop.

Pemilihan tempat tersebut dipilih, karena pedagang kaki lima selalu berusaha supaya barang dagangannya cepat habis terjual. Untuk itu jenis ruang usaha yang digunakan biasanya adalah pusat-pusat daerah yang padat penduduknya, maupun daerah-daerah pertemuan jalur lalu lintas yang padat. Adapun sarana berjualan yang banyak digunakan oleh pedagang kaki lima yaitu berupa kios, tenda, maupun berjualan secara lesehan dengan cara menggelar barang dagangan yang akan ditawarkan kepada pembeli. Sarana berjualan berupa kios-kios yang digunakan oleh pedagang kaki lima merupakan tempat usaha yang memiliki atap dan berdinding semi permanen. Dinding kios biasanya terbuat dari papan kayu atau triplek.

²⁸ Agus Winoto, "Karakteristik Dan Faktor Pemilihan Lokasi Pedagang Kaki Lima Di Kota Yogyakarta," *Jurnal Kajian* (2017): 1.

Dampak sosial ekonomi dari kacamata positif dan negatif, yang bersifat positif yaitu meningkatnya kelayakan dan kenyamanan usaha, terbukanya kesempatan kerja, perubahan status PKL menjadi pedagang legal. Dampak negatif yaitu menurunnya pendapatan, meningkatnya biaya operasional, melemahnya jaringan sosial, dan menurunnya kesempatan pedagang untuk ikut dalam kelompok-kelompok sosial non formal. sektor informal meliputi semua aktivitas yang menghasilkan pendapatan yang tidak diatur oleh negara dalam lingkungan sosial dimana aktivitas yang sama diatur.²⁹

3. Pendapatan

Pendapatan adalah total penerimaan yang dimiliki suatu unit usaha yang diperoleh dari hasil penjualan *output*.³⁰ Dalam kamus besar bahasa Indonesia arti dari pendapatn adalah hasil kerja usaha dan sebagainya yang digunakan untuk kebutuhan makan, tempat tinggal, pajak dan sebagainya.³¹ Sedangkan pendapatan dalam kamus manajemen adalah uang yang diterima oleh perorangan, perusahaan dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, ongkos dan laba.³²

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

²⁹ Damsar, *Sosiologi Ekonomi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1997), 160.

³⁰ John J. Wild, *Analisis Laporan Keuangan* (Jakarta: Salemba Empat, 2003), 311.

³¹ Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Kedua* (Jakarta: Balai Pustaka, 1989), 551.

³² BN. Marbun, *Kamus Manajemen* (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2003), 230.

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.³³ Pendapatan terbagi dalam beberapa kategori, yaitu:³⁴

- a. Upah atau gaji adalah balas jasa untuk pekerjaan yang dilaksanakan dalam hubungan kerja dengan orang atau instansi lain (sebagai karyawan yang dibayar).
- b. 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.
- c. Laba Perusahaan (Perseroan) adalah laba yang diterima atau diperoleh perusahaan yang berbentuk atau badan hukum.
- d. Sewa adalah jasa yang diterima oleh pemilik atas penggunaan hartanya seperti tanah, rumah atau barang-barang tahan lama.
- e. 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*).

Pada umumnya manusia merasakan bah penghasilan atau pendapatan yang diterima saat ini masih kurang dan menjadi masalah yang tidak akan pernah terselesaikan. Secara umum dapat diterangkan bahwa

³³ Sadono Sukirno, *Pengantar Mikro Ekonomi* (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 1994), 64.

³⁴ Gilarso, *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro* (Yogyakarta: Kansius, 1998), 380.

usaha untuk dapat meningkatkan penghasilan dapat digunakan beberapa cara antara lain:³⁵

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

4. Ekonomi

Definisi ekonomi secara umum adalah salah satu ilmu sosial yang mempelajari aktivitas manusia yang berhubungan dengan produksi, distribusi dan konsumsi terhadap barang dan jasa. Ilmu ekonomi banyak dipelajari dan sering diasosiasikan dengan keuangan rumah tangga. Arti kata ekonomi berasal dari bahasa Yunani yakni “*oikos*” yang berarti keluarga rumah tangga serta “*nomos*” yang berarti peraturan, aturan dan hukum. Sehingga ekonomi menurut istilah katanya adalah aturan rumah tangga atau manajemen rumah tangga. Dengan kata lain ekonomi adalah semua yang menyangkut hal-hal yang berhubungan dengan perkehidupan dalam rumah tangga dan dalam perkembangannya kata rumah tangga bukan hanya sekedar merujuk pada satu keluarga yang terdiri dari suami, istri, dan anak-anaknya, melainkan juga rumah tangga yang lebih luas, yaitu rumah tangga bangsa, negara, dan dunia.³⁶

³⁵ M. Ridwan, dkk, *Pengantar Ekonomi Mikro & Makro Islam* (Bandung: Cipta Pustaka Media, 2013), 89.

³⁶ Iskandar Putong, *Economics Pengantar Mikro dan Makro* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2010), 1.

5. Ekonomi Keluarga

Ekonomi keluarga adalah suatu kajian tentang upaya manusia dalam memenuhi kebutuhan-kebutuhannya melalui aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh seseorang yang bertanggung jawab atas kebutuhan dan kebahagiaan bagi kehidupannya (sekelompok komunitas dari masyarakatnya) untuk memenuhi pangan, sandang, papan, kesehatan dan pendidikan. Ekonomi berperan sebagai upaya dalam membebaskan manusia dari cengkrama kemelaratan. dengan ekonomi yang cukup atau bahkan tinggi, seseorang akan dapat hidup sejahtera dan tenang, sehingga orang yang jiwanya tenang akan berpeluang secara baik supaya meraih kehidupan yang lebih baik pula. Keluarga memiliki makna sentral dalam sebuah realitas sosial. Keluarga ialah suatu kelompok manusia, yang terdiri atas seorang suami, seorang istri dan kalau ada juga seorang atau beberapa anak. Keluarga merupakan inti dari masyarakat, bahwa keluarga merupakan bagian dari masyarakat dan ada hubungan timbal-balik antara keluarga dan masyarakat. Jika keadaan keluarga tidak stabil, masyarakat itu tidak pula stabil, demikian pula juga masyarakatnya mengalami kesukaran, maka keluarga pun akan mengalami kesukaran.³⁷

³⁷ Gunawan Sumogningrat, *Pemberdayaan Masyarakat* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005), 69.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan penelitian studi kasus (*case study*). Penelitian kualitatif terkait dengan suatu realita atau kenyataan yang dapat menunjukkan ciri-ciri alamiah secara utuh. Penelitian kualitatif cenderung mengarah pada metode penelitian secara deskriptif karena mencoba menafsirkan fenomena yang ada dan terjadi, sehingga arah dan latar belakangnya mempunyai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif.³⁸

Dalam penelitian ini penulis mengamati dan mengkaji suatu fenomena tertentu, menganalisis serta mendeskripsikan hasil dari pengamatan tersebut dengan kata-kata, gambar dan bukan angka sehingga laporan penelitiannya berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut.³⁹

Tujuan diterapkannya metode deskriptif dalam penelitian ini adalah untuk mencari informasi faktual yang mendetail tentang faktor-faktor penting pemasaran pedagang kaki lima; untuk mengidentifikasi masalah-masalah atau untuk mendapatkan informasi detail dan justifikasi keadaan dan praktek-praktek yang sedang berlangsung tentang strategi pemasaran pedagang kaki lima; dan untuk mengetahui apa yang dikerjakan oleh orang lain dalam menangani masalah atau situasi yang sama, agar dapat belajar dari mereka

³⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), 2.

³⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta 2005), 21.

untuk kepentingan pembuatan rencana dan pengambilan keputusan di masa depan. Penelitian ini lebih bersifat deskriptif merupakan langkah kerja untuk mendeskripsikan suatu objek, fenomena dalam suatu tulisan yang bersifat relatif artinya, data fakta yang dihimpun berbentuk kata atau gambar dan bukan dari angka-angka.⁴⁰

Atas dasar inilah peneliti mempertimbangkan untuk menggunakan pendekatan kualitatif tersebut, agar peneliti dapat menganalisis secara langsung realitas di lapangan serta ingin mengungkapkan secara deskriptif bagaimana Strategi Pedagang Kaki Lima Di Lingkungan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi di sepanjang Jl. Jum'at Kelurahan Mangli Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember Provinsi Jawa Timur 68136, dalam hal ini adalah pedagang kaki lima (PKL) Di Lingkungan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember merupakan pemilihan obyek lokasi penelitian berdasarkan fakta bahwasanya pedagang kaki lima (PKL) Di Lingkungan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember merupakan lokasi strategis bagi para pedagang untuk menjajakan dagangannya.

⁴⁰ Djam'an Satori dan Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2014), 28.

C. Subyek Penelitian

Penelitian adalah sumber penelitian yang dituju untuk diteliti oleh peneliti.⁴¹ Penentuan subjek penelitian menggunakan teknik *purposive* yang artinya teknik penentuan informan dengan pertimbangan tertentu.⁴² *Purposive* merupakan teknik pengambilan sumber data yang dilandasi dengan tujuan dengan 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 dalam menggali data. Subjek dari penelitian ini adalah pedagang kaki lima yang berjualan di lingkungan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Sedangkan yang menjadi objek penelitiannya adalah meningkatkan ekonomi keluarga. Kriteria informan dalam penelitian ini, yaitu pedagang kaki lima (PKL) yang berjualan mulai dari pagi hingga malam dan lamanya berjualan (kurang lebih 1 tahun atau lebih).

Penelitian dilakukan salah satunya dengan teknik wawancara kepada pedagang kaki lima UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Pedagang disini merupakan pedagang kaki lima di lingkungan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember secara keseluruhan berjumlah sekitar 30 pedagang yang menjual dagangannya untuk meningkatkan ekonomi keluarga. Berdasarkan kriteria informan yang sudah peneliti tentukan terdapat 12 pedagang kaki lima yang memenuhi dua kriteria tersebut. Informan yang terlibat dalam menggali data dalam penelitian ini diantaranya:

⁴¹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), 121.

⁴² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2018), 95.

Tabel 3.1
Data Informan Pedagang Kaki Lima

No.	Nama Pedagang (Usia)	Jenis Dagangan	Lama Berjualan
1.	Ibu Tono (48)	Kopi dan rokok	8 Tahun
2.	Pak Wardi (51)	Mie Ayam	4 Tahun
3.	Ibu Ayyub (46)	Otak-otak, Tahu Walik, Cireng, Tela-tela	5 Tahun
4.	Mbak Imamah (24)	Es Teh Poci	1 Tahun
5.	Mbak Risma (32)	Seblak dan Mie Prasmanan	2 Tahun
6.	Mas Robi (28)	Aneka minuman	6 Tahun
7.	Ibu Vilia (39)	Kue cake	1 Tahun
8.	Imam Gozali (61)	Es wawan	14 Tahun
9.	Ahmad Risaldi (34)	Bakso cilok	7 Tahun
10.	Nasrullah (43)	Sempol	4 Tahun
11.	Mbak Sasha (26)	Sosis	3 Tahun
12.	Pak Ahmad (42)	Molen Mini	2 Tahun

Sumber: Data Diolah, 2023

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah langkah yang strategis dalam suatu penelitian, karena tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan data.

Pengumpulan data dilakukan melalui:

Observasi atau pengamatan yaitu mengadakan pengamatan secara langsung di lapangan untuk mendapatkan gambaran secara nyata tentang kegiatan yang diteliti.⁴¹ Observasi merupakan suatu penyidikan yang dilakukan secara sistematis dan sengaja diadakan dengan menggunakan alat panca indra terutama mata terhadap kejadian yang berlangsung serta dapat

dianalisa pada waktu kejadian itu terjadi. Observasi juga tidak harus dilakukan oleh peneliti sendiri, sehingga peneliti dapat meminta bantuan kepada orang lain untuk melakukan observasi. Peneliti mengamati secara kritis Pedagang kaki lima UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dalam wawancara (*Interview*), yaitu dialog yang digunakan oleh pewawancara untuk memperoleh data atau informasi dari narasumber.⁴³ Dalam beberapa hal dengan mengajukan pertanyaan secara tertulis ataupun tidak tertulis tentang topik yang akan diwawancarai dengan proses tanya jawab secara langsung dengan orang yang menjadi subjek penelitian, Pewawancara menetapkan sendiri masalah dan pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan.

Dokumentasi yaitu pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen.⁴⁴ Metode ini merupakan cara yang digunakan untuk mengumpulkan data berupa dokumen tertulis yang memuat keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan masalah penelitian.⁴⁵ Dokumentasi dapat berupa catatan, transkrip, buku, video, majalah, arsip, agenda, dan lain sebagainya. Dalam penelitian ini, dokumentasi yang penulis lakukan adalah mengambil informasi berupa foto dan video berbicara pedagang kaki lima.

⁴³ Suharsimi Arikunto, *Metode Penelitian (Suatu Pendekatan Praktis)* (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), 132.

⁴⁴ Husaini Usman dan Purnomo Setiadi Akbar, *Metode Penelitian Sosial* (Jakarta: Bumi Aksara, 2003), 57.

⁴⁵ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam, Pendekatan Kualitatif* (Jakarta: PT. Raja Grafindo, Persada, 2008), 152.

E. Analisis Data

Pada analisis data, peneliti menggunakan teknik analisis data selama di lapangan berdasarkan model Miles dan Huberman, terdiri dari empat tahapan, yaitu:⁴⁶

1. Pengumpulan Data

Pada analisis model pertama dilakukan pengumpulan data hasil wawancara, hasil observasi, dan berbagai dokumen berdasarkan kategorisasi yang sesuai dengan masalah penelitian yang kemudian dikembangkan penajaman data melalui pencarian data selanjutnya..

2. Reduksi Data

Dalam tahap ini mengumpulkan data penelitian mulai dari observasi sampai selesai. Dalam tahap ini akan didapat catatan-catatan lapangan, dimana peneliti akan melakukan penafsiran mengenai data yang diperoleh di lapangan. Data yang diperoleh tersebut tentunya cukup banyak, sehingga perlu dilakukan reduksi data yang berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, serta memfokuskan pada hal-hal yang penting. Dengan demikian, data yang diperoleh akan lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk mencari data selanjutnya.

3. *Display* Data

Setelah direduksi, langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Dalam tahap ini data yang telah diperoleh dianalisis dan disusun secara sistematis supaya data yang telah dikumpulkan akan dapat menjawab dari

⁴⁶ Miles dan Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, terj. Tjetjep Rohendi (Jakarta: Universitas Indonesia, 2014), 33.

masalah yang diteliti. Penyajian data ini dapat memudahkan peneliti dalam menyajikan hasil penelitian, dapat berupa tabel, gambar, dan lain-lain. Dalam penelitian kualitatif yang paling sering digunakan dalam menyajikan data berupa teks yang bersifat naratif.

4. Verifikasi Data

Dalam tahap ini merupakan tahap lanjutan dari reduksi dan display. Data yang telah di *display* akan disimpulkan sesuai dengan permasalahan yang diteliti. Penarikan kesimpulan ini bersifat sementara, apabila tidak ditemukan bukti-bukti yang jelas dan akurat. Namun, apabila telah ditemukan bukti yang mendukung, kesimpulan tersebut dapat menjadi temuan baru dari peneliti sebelumnya yang belum pernah meneliti hal yang sama dengan penelitian ini.

F. Keabsahan Data

Keabsahan data dilakukan untuk membuktikan apakah penelitian yang dilakukan benar-benar merupakan penelitian ilmiah sekaligus untuk menguji data yang diperoleh. Untuk memeriksa keabsahan data mengenai “Analisis Strategi Pedagang Kaki lima Di Lingkungan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga”, menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan yang memanfaatkan sesuatu yang lain, diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai perbandingan terhadap itu. Teknik triangulasi sumber yang paling banyak digunakan, yaitu pemeriksaan melalui sumber lainnya. Hal tersebut

dapat dicapai dengan jelas dengan membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara, serta pengumpulan data dan waktu.⁴⁷

G. Tahap-Tahap Penelitian

Usaha mempelajari penelitian kualitatif tidak terlepas dari usaha untuk mengenal tahapan-tahapan di dalamnya. Tahapan ini nantinya akan memberikan gambaran tentang keseluruhan pengumpulan data, analisis data, sampai pada penulisan laporan. Tahapan dalam penelitian ini antara lain:

1. Tahap Pra Lapangan

- a. Menyusun rancangan penelitian.
- b. Memilih objek penelitian.
- c. Melakukan observasi terdahulu terkait objek penelitian yang telah ditentukan.
- d. Mengajukan judul kepada ketua program studi ekonomi syariah. Peneliti mengajukan judul yang telah dilengkapi latar belakang, fokus penelitian, dan tujuan penelitian.
- e. Meninjau kajian pustaka. Peneliti mencari referensi penelitian terdahulu serta kajian teori yang terkait dengan judul penelitian.
- f. Memilih lapangan penelitian. Peneliti memilih lokasi penelitian di depan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember atau sepanjang Jalan Jum'at Kelurahan Mangli Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember Provinsi Jawa Timur 68136.

⁴⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2009), 273.

- g. Memilih dan memanfaatkan informan. Peneliti memilih beberapa informan yang dianggap dapat memberikan informasi yang layak.
- h. Menyiapkan peralatan penelitian. Peneliti menyiapkan beberapa peralatan yang diperlukan seperti buku catatan, buku referensi, dan lain sebagainya.

2. Tahap Pelaksanaan Penelitian

Pada tahap pelaksanaan penelitian ini, peneliti melakukan observasi dengan melibatkan beberapa informan untuk memperoleh data, yaitu selaku pedagang kaki lima (PKL) di depan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember atau sepanjang Jalan Jum'at Kelurahan Mangli Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember Provinsi Jawa Timur 68136. Beberapa informan yang peneliti wawancarai untuk observasi awal diantaranya, yaitu Bapak Tallip selaku ketua RW.006 dan penanggung jawab dan Mas Robi selaku pedagang kaki lima.

3. Tahap Penyelesaian

Tahap penyelesaian 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 Kiai Haji Achmad Siddiq Jember (UIN KHAS Jember).

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di jalan Jum'at Kelurahan Mangli Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember Provinsi Jawa Timur 68136, dimana jalan ini terletak di depan kampus Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember (UIN KHAS Jember). Jalan ini merupakan jalur utama yang sering dilalui oleh mahasiswa maupun masyarakat sekitar. Oleh karena itu, tidak sedikit para pedagang yang memanfaatkan ramainya para pengguna jalan tersebut sebagai tempat untuk mendagangkan jualan mereka.

B. Penyajian Data dan Analisis

Dalam subbab ini menyajikan hasil data yang diperoleh selama penelitian dilakukan. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi sebagai alat untuk mendukung penelitian ini. Berikut pedoman wawancara yang peneliti tentukan untuk memudahkan peneliti dalam memperoleh data:

Tabel 4.1
Pedoman Wawancara Pedagang Kaki Lima (PKL)

No.	Pertanyaan
1.	Sudah berapa lama anda berdagang disini?
2.	Apakah berdagang merupakan pekerjaan utama anda atau sebagai pekerjaan sampingan anda saja?
3.	Bagaimana pekerjaan anda sebelum menjadi pedagang?
4.	Mengapa anda memilih berdagang sebagai mata pencaharian?
5.	Bagaimana awal mulanya anda memulai berdagang disini?

No.	Pertanyaan
6.	Bagaimana modal awal yang anda butuhkan untuk berdagang?
7.	Bagaimana cara anda menjaga kualitas produk barang dagangan anda?
8.	Bagaimana cara anda untuk menarik perhatian pembeli agar barang dagangan anda laku terjual?
9.	Berapa hasil pendapatan bersih anda dalam sebulan?
10.	Apakah pendapatan sehari-hari tersebut mencukupi kebutuhan ekonomi keluarga anda?
11.	Bagaimana cara anda memperoleh pembeli ketika musim hujan?
12.	Apakah berdagang disini berpengaruh terhadap penghasilan anda?

Sumber: Data Diolah, 2023.

Dari pedoman wawancara yang sudah peneliti siapkan, maka secara beruntun akan disajikan hasil penelitian yang mengacu pada faktor masalah sebagai berikut:

1. Strategi yang Dilakukan Pedagang Kaki Lima (PKL) di Lingkungan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga

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

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

Tabel 4.2
Data Modal Awal dan Jumlah Penghasilan Pedagang Per Bulan

No.	Nama Pedagang (Usia)	Jenis Dagangan	Modal Awal	Jumlah Penghasilan
1.	Ibu Tono (48)	Kopi dan Rokok	Rp. 1.200.000	Rp. 1.800.000
2.	Pak Wardi (51)	Mie Ayam	Rp. 1.500.000	Rp. 2.000.000
3.	Ibu Ayyub (46)	Otak-otak, Tahu Walik, Cireng, Tela-tela	Rp. 1.000.000	Rp.1.600.000
4.	Mbak Imamah (24)	Es Teh Poci	Rp. 400.000	Rp. 900.000
5.	Mbak Risma (32)	Seblak dan Mie Prasmanan	Rp. 750.000	Rp. 1.200.000
6.	Mas Robi (28)	Aneka Minuman	Rp. 700.000	Rp. 1.500.000
7.	Ibu Vilia (39)	Kue <i>Cake</i>	Rp. 650.000	Rp. 1.250.000
8.	Imam Gozali (61)	Es Wawan	Rp. 550.000	Rp. 750.000
9.	Ahmad Risaldi (34)	Bakso Cilok	Rp. 600.000	Rp. 900.000
10.	Nasrullah (43)	Sempol	Rp. 500.000	Rp. 1.000.000
11.	Mbak Sasha (26)	Sosis	Rp. 750.000	Rp. 1.500.000
12.	Pak Ahmad (42)	Molen Mini	Rp. 600.000	Rp. 950.000

Sumber: Wawancara pedagang, Data Diolah, 2023.

Berdasarkan tabel tersebut, terdapat 4 pedagang yang memperoleh keuntungan bersih setiap bulannya sebesar $< \text{Rp. } 1.000.000$, 3 pedagang yang memperoleh keuntungan bersih setiap bulannya $> \text{Rp. } 1.000.000$, 4 pedagang yang memperoleh keuntungan bersih setiap bulannya $> \text{Rp. } 1.500.000$, dan 1 pedagang yang memperoleh keuntungan bersih setiap bulannya $\text{Rp. } 2.000.000$. 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, Lokasi dagangan, 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.⁴⁸

Adapun strategi yang dilakukan oleh pedagang kaki lima adalah sebagai berikut:

a. Menjaga Kualitas Produk

Setiap bisnis atau usaha yang sedang dijalankan, membutuhkan berbagai macam ide, strategi, modal, dan ketahanan mental. Menjaga kualitas produk disaat usaha atau bisnis sudah mencapai tahap berjalan dan berkembang dengan pesat sangat penting dilakukan demi keberlangsungan suatu bisnis atau usaha. Terkadang para pengusaha atau pebisnis terlena, karena beranggapan bahwa produknya sudah terkenal di pasaran, masyarakat sudah mengakui dan mempercayai produk yang ditawarkan. Ini bisa menjadi bumerang yang bisa menyerang dan melumpuhkan sebuah usaha. Produk adalah kesatuan barang dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan agar dapat dibeli atau dikonsumsi pasar untuk memuaskan kebutuhan.⁴⁹ Produk merupakan

⁴⁸ Christina Menek S, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima Studi Kasus Pkl Di Surabaya, Jurnal Ekonomi vol.21, no.2 (2016): 289.

⁴⁹ Philip Kotler dan Garry Armstrong, *Prinsip-prinsip pemasaran Edisi ke-12*, (Jakarta: Erlangga,2008), 62-63.

suatu barang yang menjadi peran utama dalam melakukan proses jual beli. Jika tidak ada produk yang diperjualbelikan berarti tidak ada terjadi transaksi jual-beli.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan bapak Ahmad Risaldi pedagang bakso cilok yang menerangkan bahwa:

Disini walaupun saya dan temen-temen yang lain berdagang atau berjualan produk yang sama tapi kita punya citra rasa yang berbeda, 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.⁵⁰

Berdasarkan hasil wawancara, peneliti dapat menyimpulkan bahwa dengan menjaga kualitas suatu produk yang diperjualbelikan sangat berpengaruh terhadap peningkatan penjualan. Kualitas produk yang tinggi membuat para konsumen menjadi percaya dengan barang yang mereka konsumsi, sehingga dapat menambah loyalitas pelanggan nantinya.

b. Penetapan Harga

Menjalankan sebuah bisnis jual-beli tidak akan terlepas dari permasalahan harga. Harga memegang peranan penting dalam terjadinya kesepakatan jual-beli dari produsen ke tangan konsumen. Melalui penetapan harga, akan terlihat posisi kelayakan produk dari nilai ekonomisnya. Oleh karena itu, dengan permasalahan ini

⁵⁰ Ahmad Risaldi, *Wawancara*, (3 Juni 2023).

perusahaan biasanya mengadakan penetapan harga yang disepakati sebelum barang beredar pada pelanggan.⁵¹

Tujuan dari penetapan suatu harga adalah untuk mencapai target perusahaan, mendapatkan laba dari penjualan, meningkatkan serta mengembangkan produksi produk, serta meluaskan target pemasaran. Penetapan harga suatu produk atau jasa tergantung dari tujuan perusahaan atau penjual yang memasarkan produk tersebut. Harga adalah jumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan produk yang dijual.⁵²

Dalam menjalankan suatu usaha, harga memiliki peran yang penting yang menjadi kesepakatan antara penjual dan pembeli. Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu Tono pedagang kopi dan rokok yang menerangkan bahwa:

Kalau soal harga saya jual sesuai harga pasaran saja supaya pelanggan atau pembeli dapat kembali lagi.⁵³

Selain itu, mbak Sasha pedagang sosis juga mengatakan bahwa:

Kalo harga bahan baku untuk berjualan saat itu tinggi saya tetap pasang harga normal, cuma porsi saya yang dikurangi, tapi kalo harganya normal ya saya jual dengan porsi yang normal juga.⁵⁴

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, peneliti dapat menyimpulkan bahwa penetapan harga yang dilakukan para pedagang kaki lima, yaitu dengan menetapkan harga sesuai dengan

⁵¹ <https://www.jurnal.id/id/blog/pengertian-penetapan-harga-tujuan-metode-dan-strategi/> di akses pada tanggal 28 maret 2021 pukul 07. 42.

⁵² Philip Kotler dan Garry Armstrong, *Prinsip-prinsip pemasaran Edisi ke-12*, (Jakarta: Erlangga,2008), 62-63.

⁵³ Ibu Tono, *Wawancara*, (3 Juni 2023).

⁵⁴ Mbak Sasha, *Wawancara*, (3 Juni 2023).

harga pasaran dan harga bahan baku yang dibutuhkan, serta penetapan harga yang ramah dikantong dan sesuai dengan target konsumen dimana dalam hal ini mayoritas adalah mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

c. Pemilihan Lokasi yang Strategis

Tempat meliputi aktivitas perusahaan dalam memproduksi produk yang tersedia kepada target pasar.⁵⁵ Tempat atau lokasi merupakan segala sesuatu untuk melakukan kegiatan usaha agar mempermudah pembeli untuk memperoleh produk atau barang yang diinginkan. Dalam melakukan suatu usaha perlu mempertimbangkan lokasi yang dimana menjadi tempat untuk menghubungkan antara penjual dan pembeli. Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Imam Gozali pedagang es wawan menerangkan bahwa:

Bapak berjualan pindah-pindah tidak jauh dari lokasi disini, dimana menyesuaikan pedagang lain yang berdempetan, bapak juga dagang di depan lapangan mangli tapi kalau di depan kampus UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember ini bapak dari setelah dzuhur sampe jam 5 sore.⁵⁶

Sama halnya dengan bapak Ahmad Risaldi pedagang bakso cilok yang mengatakan bahwa:

Saya memilih dagang disini karena disini kan di depan kampus UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember tempat yang strategis untuk berdagang, dan banyak sekali mahasiswa yang kuliah disini.⁵⁷

⁵⁵ Philip Kotler dan Garry Armstrong, *Prinsip-prinsip pemasaran Edisi ke-12*, (Jakarta: Erlangga, 2008), 62-63.

⁵⁶ Imam Gozali, *Wawancara*, (4 Juni 2023).

⁵⁷ Ahmad Risaldi, *Wawancara*, (3 Juni 2023).

Ibu Ayyub pedagang otak-otak, tahu walik, cireng, dan tela-tela mengatakan bahwa:

Kalo masalah tempat jualan alhamdulillah disini cukup strategis untuk dagang dan disini juga banyak mahasiswa jadi jualan cepat habis.⁵⁸

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, peneliti dapat menyimpulkan bahwa pemilihan lokasi yang tepat seperti di pusat keramaian, yang dimana terdapat banyak orang melakukan aktivitasnya sehari-hari akan mempengaruhi kelangsungan usaha dan peningkatan penjualan. Lokasinya sudah strategis dan sudah diberi izin jadi sudah aman untuk berdagang bagi yang berjualan keliling.

d. 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. Terdapat beberapa cara dalam melakukan kegiatan promosi, yaitu: (a) *Advertising*; (b) *Sales Promotion*; (c) *Personal Selling*; (d) *Public Relations*; (e) *Direct Marketing*.⁵⁹

Untuk mencapai suatu tujuan tertentu, adapun tujuan promosi berdasarkan rangkuman dari berbagai sumber adalah :⁶⁰

- 1) Untuk menyebarluaskan informasi suatu produk kepada calon konsumen yang potensial.

⁵⁸ Ibu Ayyub, *Wawancara*, (3 Juni 2023).

⁵⁹ Philip Kotler dan Garry Armstrong, *Prinsip-prinsip pemasaran Edisi ke-12*, (Jakarta: Erlangga, 2008), 62-63.

⁶⁰ <https://cashbac.com/blog/pengertian-promosi-tujuan-jenis-contoh/> diakses pada tanggal 12 juni 2023

- 2) Untuk mendapatkan konsumen baru dan untuk menjaga loyalitas konsumen tersebut.
- 3) Untuk menaikkan penjualan serta laba/keuntungan.
- 4) Untuk membedakan dan mengunggulkan produknya dibandingkan dengan produk kompetitor.
- 5) Untuk branding atau membentuk citra produk di mata konsumen sesuai dengan yang diinginkan.
- 6) Untuk merubah tingkah laku dan pendapat konsumen tentang suatu produk Kesimpulannya, tujuan utama dari promosi adalah produsen atau distributor akan mendapatkan kenaikan angka penjualan dan meningkatkan profit atau keuntungan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Nasrullah pedagang sempol menerangkan bahwa:

Promosi sih jarang kami lakukan, paling promosinya dari spanduk jualan kami buat menjadi lebih menarik lagi.⁶¹

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

⁶¹ Nasrullah, *Wawancara*, (3 Juni 2023).

dialog dan membangun hubungan dengan konsumen. berpromosi adalah salah satu sarana terbaik dalam memperkenalkan produk milik anda kepada para konsumen.

e. Memberikan Pelayanan yang Baik

Pelayanan merupakan suatu aktivitas yang diberikan kepada pembeli guna memenuhi kebutuhan atau keinginan pembeli sebagai bentuk dari penghormatan terhadap pembeli. Berdasarkan hasil wawancara dengan mbak Risma pedagang seblak dan mie menyatakan bahwa:

Disini kan saya dagang seblak dan mie, pelayanannya lumayan lama kan, jadinya saya memberikan tempat duduk kayak tikar dan kursi supaya tidak terlalu lama dan kelelahan mereka berdiri.⁶²

Selain itu, mbak Imamah yang merupakan pedagang Teh Poci mengatakan bahwa:

Menurut saya pembeli itu adalah raja, jadi ya harus dilayani dengan baik dan ramah terhadap pelanggan itu juga perlu.⁶³

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa jika kualitas pelayanan yang diberikan baik dan ramah, maka para pembeli pun menjadi puas terhadap pelayanan yang diberikan, sehingga pembeli pun insyaAllah bertahan menjadi langganan.

⁶² Mbak Risma, *Wawancara*, (3 Juni 2023).

⁶³ Mbak Imamah, *Wawancara*, (4 Juni 2023).

2. Kendala yang Dihadapi Oleh Pedagang Kaki Lima (PKL) di Lingkungan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga.

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 merambat hingga ke trotoar atau pusat pintu masuk kampus UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, menjadikan keberadaan pedagang kaki lima menjadi masalah bagi pandangan untuk akses masuk jika pedagang sedang ramai pelanggan. Keberadaan pedagang kaki lima dianggap sebagai pemicu kemacetan bagi pengendara, terganggunya akses pejalan kaki dan terganggu jam masuk kampus. Padahal keberadaan pedagang kaki lima menjadi salah satu cara untuk mengurangi pengangguran karena kurang tersedianya lapangan pekerjaan di sektor formal, serta keberadaannya dapat mengurangi kemiskinan dan juga dapat dijadikan sebagai salah satu potensi bagi pembangunan daerah.

Dengan munculnya pedagang yang ada di trotoar, karena kepemilikan modal mereka yang kecil bahkan terbatas ditambah dengan masalah sulitnya mendapatkan pekerjaan selain berdagang dikarenakan kurangnya pendidikan yang tinggi, pengalaman kerja yang tidak ada dan lain sebagainya, yang mengakibatkan mereka harus menjalankan usahanya di trotoar jalan atau fasilitas publik lainnya.

Adapun kendala yang dihadapi oleh pedagang kaki lima dalam meningkatkan penghasilan untuk kesejahteraan keluarga di lingkungan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dapat dilihat dari dua faktor, yaitu internal dan eksternal. Adapun aspek internal adalah; lokasi usaha dan modal usaha sedangkan aspek eksternal adalah; musim hujan yang menyebabkan lokasi pedagang kaki lima di lingkungan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember mengalami banjir.

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 di keramaian, pada akses keluar masuk kampus UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 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 di masa 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.

Berikut beberapa hasil wawancara yang dilakukan dengan bapak Ahmad Risaldi pedagang bakso cilok mengatakan bahwa:

Kalo masalah tempat jualan alhamdulillah disini cukup strategis untuk dagang dan disini juga banyak mahasiswa jadi jualan cepat habis. Tapi terkadang tempatnya berpindah-pindah sesuai sama yang datang duluan, jadinya kadang pelanggan saya bingung nyarinya.⁶⁴

Sama halnya dengan bapak Wardi pedagang mie ayam yang mengatakan bahwa:

Karena bapak jual mie ayam hanya malam di satu tempat, jadinya bapak butuh lokasi yang strategis kayak disini, meskipun bukan jam kuliah mahasiswa tetapi banyak mahasiswa kost atau pondok pesantren disini.⁶⁵

Pedagang kaki lima yang ada di sekitar lokasi UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember lokasinya sudah strategis dan sudah diberi izin jadi sudah aman untuk berdagang bagi yang berjualan keliling. Namun, terkadang tempat beberapa pedagang kaki lima berpindah-pindah sesuai dengan siapa yang lebih dulu menempati tempat tersebut. Hal ini menyebabkan beberapa konsumen yang menjadi pelanggan bingung mencari dagangan langganannya.

⁶⁴ Ibu Ayyub, *Wawancara*, (3 Juni 2023).

⁶⁵ Bapak Wardi, *Wawancara*, (4 Juni 2023).

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. Modal adalah sejumlah kekayaan yang bisa saja berupa *assets* ataupun *intangible assets*, yang bisa digunakan untuk menghasilkan suatu kekayaan. Dalam Islam, modal suatu usaha haruslah bebas dari riba. Dalam beberapa cara perolehan modal, Islam mengatur suatu sistem yang lebih baik, dengan cara kerjasama mudharabah atau musyarakah. Hal ini untuk menjaga hak produsen dan juga hak pemilik modal, agar tercapai suatu kebaikan dalam suatu aktivitas produksi yang akhirnya akan berimplikasi pada adanya suatu masalah dalam suatu kerjasama yang dilakukan oleh masing-masing pihak.⁶⁶

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.⁶⁷

Jika berbicara tentang modal bagi pedagang kaki lima, ini merupakan masalah kedua setelah tempat usaha. Berdasarkan hasil

⁶⁶ Ika Yunia Fauzia, Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al- Syari'ah, Islam dan Ekonomi, Edisi pertama, Jakarta: Cetakan kelima prenamedia group, (2014), 120.

⁶⁷ Sari Juliasti, *Cerdas Mendapatkan Dan Mengelola Modal Usaha*, (Jakarta: PT Persero, 2009), 4.

wawancara dengan bapak Ahmad pedagang molen mini yang menerangkan bahwa:

Kalo bapak sih disini jualan ya dengan modal sendiri, untuk membeli bahan baku jualan besok ya uang yang di dapat hari ini digunakan lagi.⁶⁸

Sama halnya dengan ibu Vilia pedagang kue *cake*, beliau mengatakan bahwa:

Masalah modal jualan sih kami dari modal pribadi, tapi alhamdulillah disini laris manis dagangan ibuk.⁶⁹

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, peneliti dapat menyimpulkan bahwa pedagang kaki lima yang ada di sekitar kampus UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember sebagian besar menggunakan modal sendiri untuk melakukan usaha dan bergantung pada hasil penjualan per harinya.

c. Musim Hujan

Secara sederhana, musim hujan dapat diartikan sebagai rentang waktu yang banyak terjadi hujan. 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 disuatu wilayah (hujan secara terus menerus) dalam jangka waktu tertentu.

⁶⁸ Bapak Ahmad, *Wawancara*, (4 Juni 2023).

⁶⁹ Ibu Vilia, *Wawancara*, (4 Juni 2023).

Berikut beberapa hasil wawancara dengan mas Robi pedagang es yang mengatakan bahwa:

Saya kan dagang es dan jus buah, karena musim sekarang ini tidak teratur yang tiba-tiba hujan kemudian itu yang menyebabkan cuaca jadi dingin jadi penjualan es berkurang/sepi.⁷⁰

Begitupun dengan pernyataan dari pak Wardi pedagang mie ayam, beliau mengatakan bahwa:

Sekarang itu lagi sering-seringnya hujan ya dek, walaupun kadang hujannya tidak menentu tapi kami yang berdagang pake gerobak di pinggir jalan nyari tempat berteduh itu seadanya, terus pelanggan juga sepi belum lagi kalo disini banjir bisa setinggi lutut orang dewasa.⁷¹

Dari wawancara yang telah peneliti lakukan, peneliti mendapat kesimpulan bahwa musim hujan juga sangat mempengaruhi penjualan para pedagang kaki lima di lingkungan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember hal ini dikarenakan sarana dan prasaran serta lokasi yang ada kurang memenuhi kebutuhan pedagang kaki lima misalnya lokasi tempat berjualan yang sering banjir dan peralatan yang dimiliki tidak dapat menampung curah hujan yang tinggi sehingga hal ini dapat mempengaruhi penjualan dan mengurangi pendapatan para pedagang kaki lima.

C. Pembahasan Temuan

Pada bab sebelumnya peneliti telah memaparkan secara terperinci paparan data dan temuan yang peneliti temukan di tempat penelitian. Pada ini peneliti akan menganalisis berbagai data dan temuan yang ada secara teoritik

⁷⁰ Mas Robi, *Wawancara*, (4 Juni 2023).

⁷¹ Pak Wardi, *Wawancara*, (4 Juni 2023).

dengan teori-teori yang sudah peneliti sampaikan pada kajian teori. Adapun hal-hal yang akan menjadi bahan kajian analisis dari peneliti pada bab ini adalah:

1. Bagaimana strategi yang dilakukan pedagang kaki lima dalam meningkatkan ekonomi keluarga di lingkungan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Apa saja kendala yang dihadapi oleh pedagang kaki lima dalam meningkatkan ekonomi keluarga di lingkungan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Berdasarkan paparan data dan temuan yang sudah diungkapkan pada bab sebelumnya, peneliti mencoba menggambarkan dan mencocokkan data yang ada, selain itu peneliti mengemukakan bagaimana strategi pedagang kaki lima dalam meningkatkan ekonomi keluarga yang ada di lingkungan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

1. Strategi pedagang kaki lima dalam meningkatkan ekonomi keluarga di lingkungan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Pedagang kaki lima sebagai salah satu komponen utama dari usaha mikro yang terlibat dalam usaha sektor informal, menghadapi lingkungan yang masih kurang kondusif, sehingga menjadi faktor yang menghambat eksistensi dan perkembangan bisnisnya. Hal tersebut mengakibatkan kondisi umum Pedagang Kaki Lima mengalami produktivitas dan daya saing yang relatif rendah.

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 ke bawah, 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. Berdasarkan paparan data dan temuan yang sudah diungkapkan pada bab sebelumnya, peneliti mencoba menggambarkan dan mencocokkan data yang ada, selain itu peneliti mengemukakan bagaimana strategi yang dilakukan pedagang kaki lima dalam meningkatkan ekonomi keluarga di lingkungan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Hal tersebut sesuai dengan hasil wawancara dengan pihak-pihak pedagang kaki lima di lingkungan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, yaitu 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 di tengah sengitnya 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 dibilang 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 ada di lingkungan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember pun menjaga dan mempertahankan kualitas produk mereka walaupun mereka dagang 1 jenis produk misalnya pop *ice* dan sosis, cara mereka mempertahankan kualitas produknya dengan memiliki citra rasa yang berbeda entah dari kemasan ataupun rasa saus yang memiliki ciri khas para pedagang. Kualitas produk yang tinggi membuat para konsumen menjadi percaya dengan yang mereka konsumsi sehingga dapat menambah kepuasan bagi pelanggan.

b. Penetapan harga

Penetapan harga adalah proses menetapkan nilai yang akan diterima produsen dalam pertukaran jasa dan barang. Metode pricing dilakukan untuk menyesuaikan biaya yang ditawarkan produsen yang sesuai dengan produsen dan pelanggan. Tujuan Penetapan Harga harga bagi pedagang manapun adalah untuk menetapkan harga yang masuk akal bagi pembeli dan juga agar pedagang dapat bertahan di lingkungan UIN

Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Setiap pedagang berada dalam bahaya tersisih dari lokasi berdagang karena persaingan yang ketat, perubahan preferensi dan selera mahasiswa. Oleh karena itu, saat menentukan biaya produk dagangan, semua variabel dan biaya tetap harus dipertimbangkan. Setelah fase bertahan dan bersaing selesai, pedagang dapat mengupayakan keuntungan berjualannya.

c. Meningkatkan laba saat ini

Sebagian besar pedagang mencoba memperbesar margin laba dengan mengevaluasi permintaan dan penawaran jasa dan barang di lokasi berdagang. Jadi harga ditetapkan sesuai dengan permintaan produk dagangan dan pengganti produk tersebut. Jika permintaan tinggi, harga juga akan tinggi. Penguasa berdagang memberlakukan angka rendah untuk barang dan jasa untuk mendapatkan ukuran permintaan yang besar. Teknik ini membantu meningkatkan penjualan dengan meningkatkan permintaan dan menurunkan biaya produksi.

d. Melakukan promosi

Promosi merupakan sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa. Tujuan promosi ialah memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan, dan meyakinkan calon konsumen. Disini harus ada keseimbangan, produk yang diujakan baik, sesuai dengan selera konsumen, dibarengi dengan

teknik promosi yang tepat akan sangat membantu suksesnya usaha marketing.⁷²

Dengan adanya perilaku jujur maka Allah Yang Maha Kuasa, akan lebih mengetahui dan akan menambah rezeki orang yang bersangkutan. Terkhusus lagi, terdapat perintah khusus untuk jujur bagi para pelaku bisnis karena memang kebiasaan mereka adalah melakukan penipuan dan menempuh segala cara demi melariskan barang dagangan. Oleh karena itu, ketika melakukan promosi harus dibarengi dengan kejujuran. Dimana dengan adanya sikap jujur ini, maka apapun usaha yang kita kerjakan senantiasa akan mendapatkan keberkahan. Dapat disimpulkan bahwa memperluas promosi merupakan suatu langkah dalam memberikan informasi kepada masyarakat berupa menawarkan atau berupa iklan sebagai daya tarik konsumen terhadap produk yang dijual sehingga dapat memperluas daerah pengetahuan tentang strategi pedagang kaki lima dalam meningkatkan perekonomian keluarga.

e. Lokasi yang strategis

Lokasi adalah tempat dimana orang-orang biasa berkunjung. Lokasi dalam hubungannya dengan pemasaran adalah tempat yang khusus dan unik dimana lahan tersebut dapat digunakan untuk berbelanja. Maka dapat disimpulkan bahwa lokasi yang dimaksud adalah suatu letak atau tempat yang tetap dimana orang bisa berkunjung untuk berbelanja, tempat itu berupa daerah pertokoan atau suatu stand atau counter bar di dalam

⁷² Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 179.

maupun di luar gedung. Lokasi yang strategis mempengaruhi seseorang dalam menimbulkan keinginan untuk melakukan pembelian karena lokasinya yang strategis, terletak di arus bisnis, dan sebagainya. Keputusan tentang lokasi, baik untuk perusahaan manufaktur maupun perusahaan jasa bisa menentukan keberhasilan perusahaan. Kesalahan yang dibuat pada saat ini dapat menghambat efisiensi. Seleksi lokasi untuk perusahaan barang atau manufaktur perlu lebih dekat ke bahan baku atau tenaga kerja, sedangkan untuk perusahaan jasa perlu lebih dekat dengan pelanggan.⁷³

Pemilihan lokasi usaha dapat dianggap sebagai suatu keputusan investasi yang memiliki tujuan strategis, misalnya untuk mempermudah akses kepada pelanggan. Menentukan lokasi tempat untuk setiap bisnis merupakan suatu tugas penting bagi pemilik usaha, karena keputusan yang salah dapat mengakibatkan kegagalan sebelum bisnis dimulai.⁷⁴

Penempatan lokasi pedagang kaki lima merupakan hal yang harus diperhatikan bagi para pedagang karena lokasi yang strategis berpengaruh terhadap adanya pelanggan, seperti di lingkungan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang menjadi tempat mahasiswa kuliah. Pemilihan tempat/lokasi fisik memerlukan pertimbangan cermat terhadap faktor-faktor berikut:

- 1) Akses, misalnya lokasi yang dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum.

⁷³ Render dan Jay Heizer, *Prinsip-Prinsip Manajemen Operasi*, (Jakarta:Salemba Empat, 2001), 33.

⁷⁴ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Malang :Bayumedia Publishing, 2007), 123.

- 2) Visibilitas, yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
 - 3) Lalu lintas (*traffic*), menyangkut dua pertimbangan utama: Banyaknya orang yang lalu-lalang bisa memberikan peluang besar terhadap terjadinya *buying*, yaitu keputusan pembelian yang sering terjadi spontan, tanpa perencanaan, dan atau tanpa melalui usaha-usaha khusus; Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa juga jadi hambatan; Tempat parkir yang luas, nyaman, dan aman, baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat; dan Ekspansi, yaitu tersedianya tempat yang cukup luas apabila ada perluasan di kemudian hari.
 - 4) Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung produk yang ditawarkan.
- f. 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 dan ramah pelayanan yang diberikan akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Begitupun dengan pedagang kaki lima yang ada di lingkungan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember mereka akan memberikan pelayanan yang terbaik seperti memberikan tempat yang bersih menyediakan tempat duduk dan yang pasti harus ramah terhadap pembeli.

2. Kendala yang dihadapi oleh pedagang kaki lima di lingkungan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dalam meningkatkan ekonomi keluarga

Hal ini dapat dilihat dari 2 faktor, yaitu internal dan eksternal. Adapun aspek internal adalah; lokasi usaha dan modal usaha sedangkan aspek eksternal adalah; musim hujan yang mengakibatkan banjir.

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 di keramaian, di pusat perkotaan, memungkinkan usaha tersebut mampu bertahan lama. Pemilihan suatu lokasi usaha yang strategis dan tepat sangat menentukan keberhasilan suatu usaha di masa yang akan datang dan lokasi usaha merupakan hal utama yang perlu dipertimbangkan. Lokasi strategis menjadi salah satu faktor penting yang 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 lingkungan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember tempatnya sangat strategis akan tetapi ada saja pedagang yang tidak mendapatkan tempat yang tidak sesuai, sehingga terkadang tempat untuk pedagang berjualan tidak terlihat oleh mahasiswa

yang berjalan keluar masuk gerbang kampus, karena lokasi tempatnya dagang tidak diperbolehkan untuk dagang disana.

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. Modal adalah sejumlah kekayaan yang bisa saja berupa *assets* ataupun *intangible assets*, yang bisa digunakan untuk menghasilkan suatu kekayaan. Dalam Islam, modal suatu usaha haruslah bebas dari riba.

Dalam beberapa cara perolehan modal, Islam mengatur suatu sistem yang lebih baik, dengan cara kerjasama mudharabah atau musyarakah. Hal ini untuk menjaga hak produsen dan juga hak pemilik modal, agar tercapai suatu kebaikan dalam suatu aktivitas produksi yang akhirnya akan berimplikasi pada adanya suatu masalah dalam suatu kerjasama yang dilakukan oleh masing-masing pihak.⁷⁵

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.⁷⁶

⁷⁵ Ika Yunia Fauzia, Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al- Syari'ah, Islam dan Ekonomi, Edisi pertama, Jakarta: Cetakan kelima Prenamedia group, (2014), 120.

⁷⁶ Sari Juliasti, *Cerdas Mendapatkan Dan Mengelola Modal Usaha*, (Jakarta: PT Persero, 2009), 4.

c. Musim hujan

Secara sederhana, musim hujan dapat diartikan sebagai rentang waktu yang banyak terjadi hujan. 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 disuatu wilayah (hujan secara terus menerus) dalam jangka waktu tertentu. Sehingga dapat diketahui jika terjadi hujan maka para pedagang kaki lima di lingkungan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember kesusahan dalam memberikan tempat yang nyaman untuk pelanggan karena tempat untuk mereka duduk basah dan apabila curah hujan tinggi dan lama dapat mengakibatkan lokasi para pedagang kaki lima di lingkungan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember banjir, sehingga jika musim hujan tiba maka sedikit mahasiswa yang berhenti membeli jajanan atau minuman para pedagang.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang penulis dapatkan mengenai “Analisis Strategi Pedagang Kaki Lima Di Lingkungan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga” dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Strategi yang dilakukan pedagang kaki lima (PKL) di lingkungan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dalam meningkatkan ekonomi keluarga, yaitu antara lain: a) Menjaga kualitas produk dimana setiap penjual memiliki ciri khas mereka masing-masing dengan menjaga cita rasa serta kebersihan produk secara konsisten dan hal tersebut merupakan salah satu cara untuk menarik minat pembeli. b) Penetapan harga yang dilakukan oleh pedagang kaki lima di lingkungan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, yaitu dengan memasang harga sesuai dengan harga pasaran. Selain itu, hal tersebut juga dipengaruhi oleh harga bahan baku yang digunakan. Salah satu solusinya dengan mengurangi porsi produk dari harga normal. c) Pemilihan lokasi yang strategis. d) Melakukan promosi. e) Memberikan pelayanan yang baik.
2. Kendala yang dihadapi oleh pedagang kaki lima (PKL) di lingkungan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dalam meningkatkan ekonomi keluarga, yaitu a) lokasi usaha yang terkadang berpindah-pindah. b) Modal usaha yang tergantung pada balik modal. c) Faktor alam khususnya musim hujan

yang sering terjadi di lingkungan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dimana apabila curah hujan tinggi bisa menyebabkan banjir yang cukup lumayan tinggi sehingga menghambat para pedagang untuk berjualan.

B. Saran-Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan mengenai “Analisis Strategi Pedagang Kaki Lima Di Lingkungan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga”, saran yang dapat penulis sampaikan adalah:

1. Bagi Mahasiswa

Disarankan agar dapat membantu melariskan dagangan para pedagang kaki lima di lingkungan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember guna membantu meningkatkan ekonomi para pedagang.

2. Bagi Pemerintah

Disarankan untuk membuat dan memperluas selokan di sekitar lingkungan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember demi kenyamanan masyarakat sekitar termasuk para pedagang yang berjualan di sekitar lingkungan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

DAFTAR PUSTAKA

- AF, James Stoner. *Perencanaan dan Pengambilan Keputusan dalam Manajemen*. Terj. Sahat Simora. Jakarta: Rineka Cipta, 2003.
- Alma, Buchari. *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islami*. Bandung: CV. Alfabeta, 1994.
- . *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Arikunto, Suharsimi. *Metode Penelitian (Suatu Pendekatan Praktis)*. Jakarta: Bumi Aksara, 2010.
- . *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta, 2013.
- Atmaja, Agam Santa. “Analisis Penerapan Etika Usaha Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Pedagang Muslim Di Pasar Kaliwungu Kendal.” Skripsi, IAIN Walisongo Semarang, 2014.
- Damsar. *Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1997.
- Dewi, Nurul Aulia. “Analisis Strategi Pemasaran Pedagang Kaki Lima Di Jembatan Tabayang Kota Tanjung Balai.” Skripsi, UIN Sumatera Utara Medan, 2019.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur’an dan Terjemahannya*. Jakarta: Al-Mujamma’, 1971.
- Fauzia, Ika Yunia. *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syari’ah, Islam dan Ekonomi*, Edisi pertama. Jakarta: Cetakan kelima prenamedia group, 2014.
- Fiskayola, Elvina. “Peran Wanita Pedagang Kaki Lima Dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga Di Pasar Danau Bingkuang Menurut Tinjauan Ekonomi Syariah.” Skripsi, UIN Sultan Syarif Kasim, 2019.
- Ghozali, Yusdi. “Pemberdayaan pedagang Kaki Lima di Alun-Alun Brebes Kecamatan Brebes Kabupaten Brebes.” Skripsi, Universitas Negeri Semarang, 2011.
- Gilarso. *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: Kansius, 1998.
- Handayani, Ari Wahyu. “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omzet Dagang Pedagang Kaki Lima Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Di Pasar Karanggede).” Skripsi, Universitas Negeri Walisongo, 2020.
- Jauch, Laurence R. dan William F. Glueck. *Manajemen Strategi dan Kebijakan Perusahaan*. Jakarta: Erlangga, 1988.

- Ebert, Ronald J. *Pengantar Bisnis*. Erlangga, 2015.
- . *Pengantar Bisnis Edisi Kesepuluh* Jakarta: Erlangga, 2015.
- Iwanto, Sutrisno. *Kiat Sukses Berwirausaha*. Jakarta: Grasindo, 2001.
- Juliasti, Sari. *Cerdas Mendapatkan Dan Mengelola Modal Usaha*. Jakarta: PT Persero, 2009.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Terj. Bob Sabran. Erlangga Edisi ke-12, 2008.
- Marbun, BN. *Kamus Manajemen*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2003.
- Miles, dan Huberman. *Analisis Data Kualitatif*. Terj. Tjetjep Rohendi. Jakarta: Universitas Indonesia, 2014.
- Muhammad. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam, Pendekatan Kualitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo, Persada, 2008.
- Nur, Muhammad. “Strategi Peningkatan Usaha Pedagang Kaki Lima Di Kecamatan Turikale Kabupaten Maros.” Skripsi, Universitas Hasanuddin Makassar, 2015.
- Putong, Iskandar. *Economics Pengantar Mikro dan Makro*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2010.
- Rachmat. *Manajemen Strategik*. Bandung: Pustaka Setia, 2014.
- Render dan Jay Heizer. *Prinsip-Prinsip Manajemen Operasi*. Jakarta: Salemba Empat, 2001.
- Ridwan, M, dkk. *Pengantar Ekonomi Mikro & Makro Islam*. Bandung: Cipta Pustaka Media, 2013.
- Rivai, Abdul, dkk. *Manajemen Strategis*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015.
- Satori, Djam’an dan Aan Komariah. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Sapitri, Nazipa. “Strategi Pedagang Masa Covid-19 Terhadap Pedagang Kaki Lima Muslim Di Pasar Malioboro Kota Jambi.” Skripsi, UIN Sulthan Thaha Saifuddin, 2021.
- Styawan, Ricky Feby. “Kehidupan Pedagang Kaki Lima Terhadap Kesejahteraan Keluarga Di Depan Kampus Alauddin Makassar Samata Gowa.” Skripsi, UIN Alauddin Makassar, 2019.

- Sofyan, Tedi. "Strategi Berdagang Pedagang Kaki Lima (PKL) Di Kawasan Anjung Cahaya Tepi Laut Kota Tanjungpinang." Skripsi, UIN Sumatera utara Medan, 2019.
- Sosrodihardjo, Soedjito. *Transformasi Sosial Menuju Masyarakat Industri*. Yogyakarta: Tiara Wacana, 1986.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta 2005.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2009.
- . *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Sukirno, Sadono. *Pengantar Mikro Ekonomi*. Jakarta: Rajagrafindo Persada, 1994.
- Sumogningrat, Gunawan. *Pemberdayaan Masyarakat*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005.
- Sunjoto, Arie Rachmat. "Strategi Pemasaran Swalayan Pamella Dalam Perspektif Islam," *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia* vol. 1, no.2 (Desember, 2011): 48.
- Suparyanto, R.W. *Kewirausahaan Konsep dan Realita pada Usaha Kecil*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Tim Penyusun. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Institut Agama Islam Negeri Jember*. Jember: IAIN Jember, 2019.
- Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Kedua*. Jakarta: Balai Pustaka, 1989.
- Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing, 2007.
- Usman, Husaini dan Purnomo Setiadi Akbar. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara, 2003.
- Wijayanti, Irine Diana Sari. *Manajemen*. Yogyakarta: Nuha Medika, 2012.
- Wild, John J. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat, 2003.
- Winoto, Agus. "Karakteristik Dan Faktor Pemilihan Lokasi Pedagang Kaki Lima Di Kota Yogyakarta." *Jurnal Kajian* (2017): 1.
- Yaumidin, Umi Karomah. *Sistem Fiskal Tanpa Bunga*. Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2005.

Yazid, Dr. H. Abu. *Fiqih Realitas*. Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2005.

Zulfikar. "Perilaku Jual Beli Di Kalangan Pedagang Kaki Lima Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Studi Kasus Pedagang Kaki Lima Di Pasar Sentral Kabupaten Dompu NTB." Skripsi, Muhammadiyah Makassar, 2020.

Matrik Penelitian

JUDUL	VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN	FOKUS PENELITIAN
<p>Analisis Strategi Pedagang Kaki Lima Di Lingkungan UIN KHAS Jember Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga</p>	<p>Strategi, Pedagang Kaki Lima, Ekonomi Keluarga</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Strategi 2. Pedagang Kaki Lima 3. Penghasilan 4. Ekonomi 5. Ekonomi Keluarga 	<p>Data Primer</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Wawancara Informan: Pedagang Kaki Lima <p>Data Sekunder</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dokumentasi 2. Studi Kepustakaan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pendekatan Penelitian: Kualitatif Penelitian 2. Lokasi Penelitian: Sepanjang Jalan Jum'at, Kelurahan Mangli, Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember 3. Subyek Penelitian: Pedagang Kaki Lima 4. Teknik Pengumpulan Data: Observasi, Wawancara, Dokumentasi 5. Analisis Data: Reduksi Data, Display Data, Verifikasi Data 6. Keabsahan Data: Uji Kredibilitas, Uji Transferabilitas, Uji Dependabilitas, Uji Konfirmabilitas 7. Tahap-tahap Penelitian: Tahap Pra-Lapangan, Tahap Pelaksanaan Penelitian, Tahap Penyelesaian 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana strategi yang dilakukan pedagang kaki lima di lingkungan UIN KHAS Jember dalam meningkatkan ekonomi keluarga? 2. Apa saja masalah yang dihadapi oleh pedagang kaki lima di lingkungan UIN KHAS Jember dalam meningkatkan ekonomi keluarga?

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Much. Zainal Arifin
NIM : E20192306
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Institusi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq
Jember

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa dalam hasil penelitian ini tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya penelitian atau karya tulis ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur-unsur penjiplakan dan ada klaim dari pihak lain, maka saya bersedia untuk diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Jember, 11 Agustus 2023
Saya yang menyatakan



Much. Zainal Arifin
E20192306

PEDOMAN DAN HASIL WAWANCARA

NO.	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	Sudah berapa lama anda berdagang disini?	<p>R1: 8 tahun</p> <p>R2: 4 tahun</p> <p>R3: 5 tahun</p> <p>R4: 1 tahun</p> <p>R5: 2 tahun</p> <p>R6: 6 tahun</p> <p>R7: 1 tahun</p> <p>R8: 14 tahun</p> <p>R9: 7 tahun</p> <p>R10: 4 tahun</p> <p>R11: 3 tahun</p> <p>R12: 2 tahun</p>
2.	Apakah berdagang merupakan pekerjaan utama anda atau sebagai pekerjaan sampingan anda saja?	<p>R1: Pekerjaan saya tiap harinya pagi dan malam disini.</p> <p>R2: Saya hanya malam saja berjualan disini</p> <p>R3: Iya ini pekerjaan utama saya siang dan malam</p> <p>R4: Sampingan karena saya sambil kuliah disini</p> <p>R5: Iya pekerjaan utama saya berjualan</p> <p>R6: Pekerjaan utama saya disini semenjak 6 tahun lalu</p> <p>R7: Iya mas, selain jualan saya juga terima pesanan kue</p> <p>R8: Iya nak ini pekerjaan utama saya, saya sendiri sudah jualan ini sudah bertahun-tahun yang lalu. Kalau sekarang jualannya yaa keliling di sekitar sini saja soalnya sudah ga kuat kalo ke tempat-tempat yang jauh</p> <p>R9: Iya tiap hari memang jualan cilok dari pagi</p>

NO.	PERTANYAAN	JAWABAN
		<p>R10: Sampingan mas, siangnya saya jadi kuli bangunan</p> <p>R11: Iya mas tiap malam saya jualan sosis disini</p> <p>R12: Iya, pagi saya juga jualan mas tapi cuma sampe siang di SD SD</p>
3.	Bagaimana pekerjaan anda sebelum menjadi pedagang?	<p>R1: Saya membantu suami saya berkebun</p> <p>R2: Selain jadi pedagang saya juga kerja serabutan</p> <p>R3: Mengurus rumah dan anak</p> <p>R4: Saya mahasiswa, ini cuma buat nambah uang jajan</p> <p>R5: Sempat mencoba bekerja jadi asisten rumah tangga</p> <p>R6: Ini usaha utama saya dan alhamdulillah ramai</p> <p>R7: Saya hanya menerima pesanan di hari tertentu saja</p> <p>R8: Pekerjaan saya sebelumnya buruh tani</p> <p>R9: Sempat menjadi karyawan pabrik edamame</p> <p>R10: Kuli bangunan mas, tapi kerjanya kalau ada proyek</p> <p>R11: Dulu sempat jaga toko mas cuma sekarang bantu ibu saja jualan ini</p> <p>R12: Dulu apa saja mas intinya bisa dikerjakan/serabutan</p>
4.	Mengapa anda memilih berdagang sebagai mata pencaharian?	<p>R1: Hanya perlu dijaga dan melayani pembeli saja</p> <p>R2: Sebagai tambahan penghasilan untuk memenuhi kebutuhan</p> <p>R3: Berawal dari coba-coba dan ternyata hasilnya alhamdulillah lumayan</p> <p>R4: Buat nambah pengalaman sama uang jajan mas</p> <p>R5: Saya melihat ini sebagai peluang usaha bagi saya</p> <p>R6: Soalnya peluang usaha untuk dagang es ini sangat besar mas apalagi cuaca disini yang panas sekali</p> <p>R7: Keuntungannya lumayan mas apalagi kalau ada pesanan kue dari pelanggan</p>

NO.	PERTANYAAN	JAWABAN
		<p>R8: Saya sudah lama jualan ini, selain itu saya juga sudah tua, badan juga sudah sakit-sakitan jadi yang mau cari kerja yang lain takut ga ada yang nerima nak</p> <p>R9: Sebenarnya dulu saya butuh kerjaan mas dan ada yang nawarin buat kerja jadi pedagang yaa saya ambil saja mas</p> <p>R10: Soalnya keuntungan yang bisa saya dapat lumayan mas buat biaya sehari-hari kalau ga ada proyek bangunan</p> <p>R11: Soalnya saya nganggur dirumah mas karena suami ga ngebolehkan kerja juga jadi saya cuma sekedar jualan saja karena jualannya juga sama ibu. Kebetulan ibu ayyub ini ibu saya mas jadi karena melihat penghasilan yang didapat ibu saya lumayan jadi saya ikut jualan saja mas cuma jualannya saja yang berbeda</p> <p>R12: Ini ide istri saya mas, soalnya dia suka bikin kue jadinya saya disuruh jualan molen saja karena buatnya lebih gampang dan juga lumayan banyak peminatnya mas</p>
5.	Bagaimana awal mulanya anda memulai berdagang disini?	<p>R1: Soalnya disini rame yang jualan mas jadi saya ikut jualan disini. Juga kalo mau ke warung kan lumayan jauh mas dan juga jam 9 kadang sudah tutup sedangkan saya dagang disini sampe jam 12 lebih mas</p> <p>R2: Dulu sebenarnya saya jualannya keliling mas, cuma pas saya lewat disini kok rame yang beli jadinya saya menetap jualan disini</p> <p>R3: Soalnya kan disini rame itu mas ke mahasiswa jadi pasti banyak yang beli apalagi saya jualannya dari pagi mas sampe malam. Dulunya emang cuma sekedar coba-coba tapi ternyata omsetnya lumayan mas dengan modal yang bisa dibilang sedikit</p>

NO.	PERTANYAAN	JAWABAN
		<p>R4: Kebetulan outlet teh poci di sepanjang jalan ini ga ada mas, ada outletnya yang lain tapi di jalan ke indomart sana itu mas selain itu saya liat peminatnya juga banyak jadi saya buka disini saja</p> <p>R5: Saya ikutin saran dari anak saya mas buat jualan seblak prasmanan soalnya anak muda sekarang suka makan yang pedes-pedes kan itu mas apalagi kalo murah meriah</p> <p>R6: Sebenarnya saya lanjutin usaha ibu ini mas, dulu yang jualan es disini ga ada jadi ibu saya dagang es disini apalagi kalo cuaca panas pasti yang dicari sama orang kan minuman dingin mas</p> <p>R7: Berawal dari banyaknya pesanan dari orang-orang disekitar sini sih mas jadi saya juga sekalian coba-coba jualan, kan kalo pesanan itu ga tiap hari</p> <p>R8: Dulu es wawan ini banyak peminatnya nak, dari anak-anak sampe orang dewasa juga suka jadi sampe sekarang saya jualan ini nak</p> <p>R9: Karena ada yang nawarin itu mas jadi pedagang pas saya lagi butuh kerjaan jadi saya ambil saja kerjanya. Kalo ditanya kenapa jualan disini yaa namanya pedagang mas nyari tempat yang rame meskipun yang jualan cilok ga cuma saya tapi rezeki kan sudah ada yang ngatur</p> <p>R10: Namanya juga pedagang yaa mas kan nyari tempat yang rame apalagi ini kan daerah kampus banyak mahasiswa sama orang lalu lalang lewat jadi saya jualan disini karena juga deket ini sama tempat tinggal saya di ujung</p> <p>R11: Ikut ibu mas, soalnya ngeliat dagangan ibu yang laku dan omsetnya lumayan jadi saya ikutan daripada nganggur dirumah</p> <p>R12: Dapet info dari temen saya yang sesama pedagang mas kalo disini rame dan yang jual molen juga ga ada didaerah sini jadi saya manfaatin peluang itu</p>

NO.	PERTANYAAN	JAWABAN
6.	Bagaimana modal awal yang anda butuhkan untuk berdagang?	<p>R1: Dulu saya dapat uang dari hasil berkebun mas</p> <p>R2: Dari tabungan saya mas</p> <p>R3: Kebetulan saya punya uang tabungan dan dibantu dari suami saya juga</p> <p>R4: Saya jalanin punya orang saja mas jadi sistemnya setoran</p> <p>R5: Modal dari anak saya mas kebetulan anak saya kerja jadinya saya dimodalin buat buka usaha</p> <p>R6: Tabungan ibu mas</p> <p>R7: Dari uang pesanan kue dan kebetulan kue yang saya jual ini ada yang ga saya bikin sendiri mas jadi kadang ada orang yang titip jadi saya ambil untung dari tiap kue yang saya jual</p> <p>R8: Kebetulan saya ambil dari orang nak, jadi saya hanya ambil untung dari tiap es wawan yang saya jual</p> <p>R9: Dari gaji terakhir saya mas dulu kan saya sempat kerja di pabrik itu mas</p> <p>R10: Tabungan mas</p> <p>R11: Dari ibu saya mas</p> <p>R12: Modalnya dari uang saya dan istri mas</p>
7.	Bagaimana cara anda menjaga kualitas produk barang dagangan anda?	<p>R1: Yaa biasanya saya sering bersihkan rak dagangan sama sapu lokasi sekitar saya berjualan mas</p> <p>R2: Cuci bersih peralatan yang saya gunain sih mas seperti mangkok sama sendok-sendok</p> <p>R3: Ganti minyak goreng tiap saya mau jualan mas, saya ga pake minyak sisa jualan kemaren apalagi dagangan yang saya jual itu sejenis goreng-gorengan jadi biar ga bikin seret kalo dimakan saya ganti minyaknya tiap hari</p>

NO.	PERTANYAAN	JAWABAN
		<p>R4: Biasanya saya tutup es sama perlengkapan teh poci saya make wadah tertutup mas, apalagi saya jualannya siang-siang kan jadi banyak debu biasanya</p> <p>R5: Saya nyimpen bahannya make wadah tertutup mas jadi aman dari debu dan lalat baru kalo ada pembeli baru saya buka</p> <p>R6: Cuci bersih blender yang saya gunain buat bikin minuman itu mas, saya make dua blender dan konsumen biasanya beli minuman yang rasanya beda-beda jadi saya harus cuci bersih blendernya biar rasanya ga campur-campur</p> <p>R7: Kebetulan saya jualannya make lemari kaca yang bisa dibuka tutup mas, jadi insyaAllah kuenya aman dari lalat ataupun debu-debu</p> <p>R8: Es wawan sendiri kan sudah make kemasan tertutup jadi aman, biasanya juga saya pake es batu yang diwadahin khusus semacam gabus yang bisa nahan es batunya biar tidak mencair dan es wawannya tetap dingin</p> <p>R9: Konsisten sama rasa ciloknya sih mas, soalnya kan kadang ada makanan yang rasanya beda kalo udah lumayan lama jualan. Nah saya sebisa mungkin tetap konsisten sama rasanya dengan resep yang sudah dari sebelum-sebelumnya</p> <p>R10: Konsisten sama rasanya mas, sempol saya make bumbu kacang beda sama sempol yang lain yang biasanya make saos kecap doeng mas</p> <p>R11: Saya ganti minyak tiap kali mau jualan mas dan juga saya nyimpen sosisnya di lemari kaca tertutup jadi lebih aman dari debu sama lalat-lalat</p> <p>R12: Saya bikin dan masak molennya langsung saat itu juga mas jadi pembeli bisa liat langsung prosesnya gimana. Biasanya sebelum saya bikin saya cuci tangan dulu sama make sarung tangan plastik mas</p>

NO.	PERTANYAAN	JAWABAN
8.	Bagaimana cara anda untuk menarik perhatian pembeli agar barang dagangan anda laku terjual?	<p>R1: Ibu menggunakan tulisan <i>banner</i> untuk jualan ibu biar keliatan pembeli</p> <p>R2: Lokasi dan penerangan yang mendukung untuk berjualan</p> <p>R3: Saya bikin saos bikinan sendiri mas jadi beda sama pedagang yang lain</p> <p>R4: Stand teh poci kan mencolok mas jadi mudah keliatan sama pembeli</p> <p>R5: Bahan seblak yang saya jual banyak macamnya, bumbunya juga beda</p> <p>R6: Memberikan <i>free</i> cincau, jadi pembeli bisa milih mas mau pake/engga</p> <p>R7: Memajang aneka kue yang akan dijual</p> <p>R8: Saya jualannya di tempat yang strategis mas tepat disamping pintu gkt</p> <p>R9: Memberikan <i>free</i> tetelan mas tapi terbatas, kalo abis yaa ga dapet</p> <p>R10: Bumbu yang saya gunakan otentik mas beda sama pedagang sempol yang lain</p> <p>R11: Bebas milih dan ngambil bumbu pelengkap sendiri mas</p> <p>R12: Banyak variasi rasa mas</p>
9.	Berapa hasil pendapatan bersih anda dalam sebulan?	<p>R1: Kurang lebih Rp. 1.800.000,-</p> <p>R2: Kurang lebih Rp. 2.000.000,-</p> <p>R3: Kurang lebih Rp. 1.600.000,-</p> <p>R4: Kurang lebih Rp. 900.000,-</p> <p>R5: Kurang lebih Rp. 1.200.000,-</p> <p>R6: Kurang lebih Rp. 1.500.000,-</p> <p>R7: Kurang lebih Rp. 1.250.000,-</p> <p>R8: Kurang lebih Rp. 750.000,-</p> <p>R9: Kurang lebih Rp. 900.000,-</p> <p>R10: Kurang lebih Rp. 1.000.000,-</p> <p>R11: Kurang lebih Rp. 1.500.000,-</p>

NO.	PERTANYAAN	JAWABAN
		R12: Kurang lebih Rp. 950.000,-
10.	Apakah pendapatan sehari-hari tersebut mencukupi kebutuhan ekonomi keluarga anda?	<p>R1: Alhamdulillah cukup</p> <p>R2: Alhamdulillah cukup</p> <p>R3: Yaa dicukup-cukupin mas, harus bisa <i>manage</i> keuangan</p> <p>R4: Cukuplah mas buat sekedar bayar kos dan tambahan uang jajan</p> <p>R5: Cukup mas buat sekolah anak</p> <p>R6: InsyaAllah cukup-cukup aja</p> <p>R7: Alhamdulillah cukup daripada nganggur dirumah</p> <p>R8: Sebenarnya ga cukup nak, tapi dicukup-cukupin. Yaa mau gimana lagi kan tergantung yang saya jual setiap harinya. Itupun saya hanya ngambil untung Rp. 500,- perbijinya</p> <p>R9: Cukup buat nambah-nambah penghasilan</p> <p>R10: Dicukup-cukupin aja mas</p> <p>R11: Alhamdulillah cukup</p> <p>R12: Lumayanlah mas bisa buat menuhin kebutuhan sehari-hari</p>
11.	Bagaimana cara anda memperoleh pembeli ketika musim hujan?	<p>R1: Tetap berjualan mas, biasanya kalo hujan kan orang butuh yang anget-anget</p> <p>R2: Kalo musim hujan saya jarang jualan disini mas, biasanya cuma jualan di deket rumah saja</p> <p>R3: Tetap jualan mas</p> <p>R4: Jarang jualan mas</p> <p>R5: Tetap jualan mas tapi jualannya di rumah, jadi pembelinya biasanya orang-orang deket rumah</p>

NO.	PERTANYAAN	JAWABAN
		<p>R6: Jarang jualan mas, biasanya jualannya cuma sampe siang jam 2 an. Kalo hari-hari biasanya bisa sampe jam 9 malam</p> <p>R7: Kadang jualan kadang ngga</p> <p>R8: Ga jualan nak, soalnya saya sudah tua ga kuat ngayuh sepeda kalo hujannya gede</p> <p>R9: Tetap jualan mas tapi nyari tempat teduh untuk jualan mas</p> <p>R10: Tetap jualan mas soalnya sudah banyak pelanggan disini, apalagi kalo musim hujan pengen makan yang anget-anget</p> <p>R11: Tetap jualan mas</p> <p>R12: Jarang jualan disini mas kalo musim hujan, biasanya jualan di deket-deket rumah saja</p>
12.	Apakah berdagang disini berpengaruh terhadap penghasilan anda?	<p>R1: Iya mas</p> <p>R2: Iya mas</p> <p>R3: Iya mas</p> <p>R4: Iya mas</p> <p>R5: Iya mas</p> <p>R6: Iya mas</p> <p>R7: Iya mas</p> <p>R8: Iya nak</p> <p>R9: Iya mas</p> <p>R10: Iya mas</p> <p>R11: Iya mas</p> <p>R12: Iya mas</p>

Keterangan:

No.	Nama Responden (R)	Usia (Tahun)	Jenis Dagangan
1.	Bu Tono	48	Kopi dan rokok
2.	Pak Wardi	51	Mie ayam
3.	Ibu Ayyub	46	Otak-otak, tahu walik, cireng, tela-tela
4.	Mbak Imamah	24	Teh poci
5.	Mbak Risma	32	Seblak dan mie prasmanan
6.	Mas Robi	28	Aneka minuman
7.	Bu Vilia	39	Kue
8.	Pak Imam Gozali	61	Es wawan
9.	Pak Ahmad Risaldi	34	Bakso cilok
10.	Pak Nasrullah	43	Sempol
11.	Mbak Sasha	26	Sosis
12.	Pak Ahmad	42	Molen Mini

SURAT IJIN PENELITIAN



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-1470/Un.22/7.a/PP.00.9/12/2022 19 Desember 2022
Lampiran : -
Hal : Permohonan Ijin Penelitian

Kepada Yth.
Kepala Pedagang Kaki Lima
Jl. Jum'at no 68 Mangli Kaliwates Jember 68135

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

Nama : Much Zainal Arifin
NIM : E20192306
Semester : VII (Tujuh)
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Ekonomi Syariah

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai Analisis strategi pedagang kaki lima di lingkungan uin khas Jember dalam meningkatkan ekonomi keluarga dilembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

a.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik,

Nurul Widyawati Islami Rahayu

SURAT SELESAI PENELITIAN

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKSANAKAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Abdul Mutallep
Jabatan : Kepala Pedagang (Ketua RW. 6)
Alamat : Jl. Jum'at, Mangli, Jember (Samping Asrama Mufidah 1)

Menerangkan bahwa nama dibawah ini :

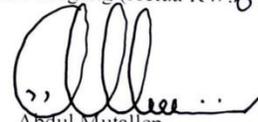
Nama : Much Zainal Arifin
Nim : E20192306
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Universitas : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam/Ekonomi Syariah
Alamat : Dusun Tegal Bago, Desa Arjasa, Kec. Arjasa, Kab. Jember

Nama tersebut diatas, benar-benar telah melaksanakan penelitian untuk menyelesaikan tugas skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam mulai tanggal 23 Mei – 01 November 2023 di Jl. Jum'at Kelurahan Mangli Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember Provinsi Jawa Timur 68136, dengan judul penelitian "**Analisis Strategi Pedagang Kaki Lima Di Lingkungan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga**".

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 01 November 2023

Kepala Pedagang (Ketua RW. 6)


Abdul Mutallep

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

No.	Tanggal	Uraian Kegiatan
1.	23 September 2022	Konsultasi Proposal
2.	29 September 2022	Bimbingan Judul
3.	06 Oktober 2022	Revisi Judul
4.	14 November 2022	Bimbingan Latar Belakang Sampai Dengan Kajian Teori
5.	21 November 2022	Bimbingan Proposal Metode Penelitian
6.	24 November 2022	Bimbingan Isi Proposal Secara Keseluruhan (ACC Proposal)
7.	8 Desember 2022	Ujian Seminar Proposal
8.	7 Januari 2023	Revisi Proposal
9.	23 Mei 2023	Wawancara
10.	17 Juni 2023	Wawancara
11.	02 Juli 2023	Bimbingan Skripsi
12.	10 Oktober 2023	Bimbingan Skripsi
13.	01 November 2023	Bimbingan Skripsi
14.	13 November 2023	ACC Skripsi

DOKUMENTASI WAWANCARA



Bu Tono (48)
Pedagang Kopi dan Rokok



Pak Wardi (51)
Pedagang Mie Ayam



Bu Ayyub (46)
**Pedagang Otak-otak, Tahu Walik,
Cireng, Tela-tela**



Mbak Imamah (24)
Pedagang Teh Poci



Bu Risma (32)
Pedagang Seblak dan Mie Prasmanan



Mas Robi (28)
Aneka Minuman



Bu Vilia (39)
Pedagang Kue Cake



Pak Imam Gozali (61)
Pedagang Es Wawan



Pak Ahmad Risaldi (34)
Pedagang Bakso Cilok



Pak Nasrullah (43)
Pedagang Sempol



Mbak Sasha (26)
Pedagang Sosis



Pak Ahmad (42)
Pedagang Molen Mini

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Nomor : B-12.ES/Un.22/7.d/PP.00.9/11/2023

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Much Zainal Arifin
NIM : E20192306
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul : Analisis Strategi Pedagang Kaki Lima Di Lingkungan UIN
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember Dalam Meningkatkan
Ekonomi Keluarga

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, 09 November 2023

An. Dekan

Kepala Bagian Akademik

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Syahrul Mulyadi

SURAT KETERANGAN

Kami yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Much. Zainal Arifin
NIM : E20192306
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Analisis Strategi Pedagang Kaki Lima di Lingkungan UIN KHAS
Jember Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga

Proses bimbingan Proposal Penelitian Skripsi yang bersangkutan benar-benar telah selesai dan mohon diperkenankan Ujian Seminar Proposal.

Demikian atas perhatiannya disampaikan terima kasih.

Jember, 25 November 2022

Koordinator Program Studi
Ekonomi Syariah

Pembimbing,



Dr. M. F. Hidayatullah, S. H.I., M.S.I
NIP. 197608122008011015



Dr. Ahmad Fauzi, S. Pd., M.E.I
NUP. 201603137

BIODATA PENULIS



Nama : Much. Zainal Arifin
Tempat/Tanggal Lahir : Jember, 18 Februari 2001
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Agama : Islam
NIM : E20192306
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam / Ekonomi Syariah
Alamat Asal : Jl. Suprayitno, Dusun Tegal Bago RT.002/RW.001
Kecamatan Arjasa, Kabupaten Jember
Telepon : 0895399582415

Riwayat Pendidikan :

1. TK AL-MAHRUS : Th. 2005-2007
2. SD NEGERI ARJASA 02 : Th. 2007-2013
3. MTS NEGERI ARJASA : Th. 2013-2016
4. MA AS-SALAM : Th. 2016-2019
5. UIN KHAS JEMBER : Th. 2019-2023