

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan perekonomian di Indonesia yang mempunyai dampak adanya peluang dalam upaya menjalankan berbagai usaha. Banyaknya peluang usaha yang terus tumbuh dan berkembang membuat persaingan antar pengusaha semakin tidak terelakkan baik itu pengusaha besar maupun pengusaha kecil, yang terus dituntut untuk selalu berkreasi dan cermat membaca peluang yang ada agar menghasilkan keuntungan sesuai dengan yang diinginkan.

Selain itu, seiring dengan berkembangnya zaman, masyarakat dituntut harus lebih berinovasi dalam memilih pekerjaan. Jika masyarakat hanya mengandalkan pekerjaan sektor formal, maka perekonomian di Indonesia akan sulit untuk berkembang. Karena akan mungkin terjadi pemberhentian karyawan secara sepihak yang menyebabkan bertambahnya angka pengangguran. Hal ini membuat masyarakat diharuskan untuk lebih pandai berinovasi untuk mendirikan suatu usaha dibidang sektor informal.

Salah satu sektor informal yang menjadi ketertarikan penduduk di Indonesia adalah Pedagang Kaki Lima (PKL). Dengan terbatasnya lapangan pekerjaan pada sektor formal, pekerjaan informal yaitu Pedagang Kaki Lima (PKL) menjadi salah satu pilihan untuk dijadikan usaha dan mendapat penghasilan. Hal demikian sesuai dengan apa yang dimaksudkan dengan ciri-ciri dari sektor informal itu sendiri yaitu mudah untuk dilaksanakan, dapat

diatur melalui waktu dan tempat, serta bergantung dengan sumber daya sekitar atau lokal dan ukuran usaha yang dapat dikatakan relatif kecil.

Pedagang Kaki Lima yang ada di Wilayah Kediri khususnya Kecamatan Mojo ini pun ada berbagai macam jenis barang. Mulai dari Pedagang Kaki Lima yang menjual Pakaian, sepatu, sandal, makanan, minuman, dan berbagai jenis lainnya. Tujuan dari adanya pekerjaan di bidang sektor informal seperti Pedagang Kaki Lima ini adalah untuk memperoleh pendapatan agar dapat bertahan hidup. Berikut jumlah Pedagang Kaki Lima yang terdata di Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri.

Tabel 1.1
Data Pedagang Kaki Lima di Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri

No.	Kelurahan	Jumlah	No	Keluraha	Jumlah
1.	Kedawung	17	11.	Pamongan	12
2.	Kranding	12	12.	Sukuanyar	19
3.	Maesan	11	13.	Surat	13
4.	Melati	18	14.	Tambi Bendo	15
5.	Mondo	28	15.	Keniten	14
6.	Ngetrep	7	16.	Kraton	6
7.	Petok	17	17.	Mojo	13
8.	Petungroto	6	18.	Blimbing	6
9.	Ploso	28	19	Ngadi	82
10.	Ponggok	5	20	Jugo	74
Jumlah				403	

Sumber : Kantor Kecamatan Mojo

Berdasarkan data diatas jumlah Pedagang Kaki Lima yang ada di Wilayah Kecamatan Mojo dengan 20 Desa yaitu sebanyak 403 warga yang bermata pencaharian sebagai Pedagang Kaki Lima yang sudah terdata, dan adapun Pedagang Kaki Lima yang belum terdata pula.²

Untuk menjalankan suatu usaha dan memiliki pendapatan sehari-hari, para Pedagang Kaki Lima ini harus memiliki Modal dan jenis barang yang dijual. Bukan hanya modal dan barang yang perlu diperhatikan saja, selanjutnya para pedagang harus memperhatikan lokasi untuk berdagang. Beberapa faktor yang menyebabkan naik turunnya suatu usaha hingga berkurangnya minat para konsumen salah satunya adalah pemilihan lokasi usaha yang kurang tepat. Agar suatu usaha yang dijalankan menginginkan hasil yang didapat maksimal dan kelancaran usaha pun menjadi efektif, maka penentu lokasi usaha yang strategis akan sangat membantu dalam proses menjalankan suatu usaha.

Pemilihan tempat lokasi yang digunakan untuk menjalankan suatu usaha akan memiliki pengaruh dan resiko tersendiri serta berpengaruh pula dengan pendapatan atau keuntungan yang didapati. Banyak faktor yang menentukan kesuksesan suatu usaha salah satunya adalah pemilihan lokasi.

Tepatnya proses pemilihan lokasi merupakan suatu pertimbangan yang harus dilakukan oleh seorang pedagang. Jika lokasi yang digunakan untuk mendirikan suatu usaha ini tidak sesuai, maka akan sulit untuk mendapati konsumen tetap, karena lokasi yang digunakan untuk berjualan oleh para

² Data Kantor Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri Tahun 2020

Pedagang Kaki Lima merupakan suatu hal yang sangat penting, karena disitulah tempat mereka untuk mencari penghasilan agar dapat bertahan hidup. Hal ini tentu akan menjadi kendala untuk mendapati dan memaksimalkan pendapatan karena disebabkan lokasi yang memang tidak efisien untuk berjualan.

Pada saat pelaku usaha telah memilih lokasi usaha untuk dijadikan suatu letak usaha, besar kecilnya biaya yang dikeluarkan harus di perhitungkan terlebih dahulu. Khususnya jika usaha tersebut telah jalan. Apakah lokasi usaha yang ditempati memiliki pengeluaran yang lebih banyak atau sebaliknya, hal ini akan mempengaruhi pendapatan oleh pelaku usaha ketika keuntungan jualan tidak seimbang oleh pengeluaran akan lokasi tersebut. Maka kemudian hal ini harus dipertimbangkan terlebih dahulu sebelum menentukan lokasi suatu usaha.

Pemilihan suatu lokasi usaha merupakan hal yang memang benar-benar harus dipertimbangkan karena banyak penelitian yang mengatakan bahwa pemilihan suatu lokasi usaha merupakan salah satu faktor kesuksesan dalam berusaha.

Lokasi usaha memiliki pengaruh yang besar terhadap pendapatan khususnya oleh para pelaku usaha. Lokasi usaha memiliki peranan yang penting dalam meningkatkan pendapatan (atau malah sebaliknya) untuk menjadikan strategi dalam sebuah bisnis atau usaha.³

³ Kotler P, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Intermed, 1997)

Terdapat beberapa Pedagang Kaki Lima yang berjualan di Wilayah Kediri memiliki kualitas barang yang mereka jual baik namun masih terlihat sepi konsumen. Salah satu penyebabnya dapat dikatakan bahwa bisa jadi dari faktor lokasi usaha yang kurang strategis sehingga para konsumen sangat minim dan kurang tertarik dengan apa yang mereka jual.

Dalam memilih lokasi penelitian, peneliti mengambil lokasi penelitian Pedagang Kaki Lima *Feel Juice* yang berada di Desa Kedawung dan *Queen Thai Tea* yang berada di Jalan Raya Desa Ploso karena keunikan lokasi yang dibuat untuk berjualan.

Keunikan dari *Feel Juice* Desa Kedawung ini adalah letaknya di area pedesaan namun dikelilingi oleh beberapa fasilitas umum seperti klinik kesehatan umum, pusat pemerintahan Desa, Pasar, Sekolah Dasar, Musholla, dan tidak ada Pedagang Kaki Lima yang berjualan produk yang sama dengan *Feel Juice*.

Selanjutnya keunikan dari *Queen Thai Tea* yang berada di Jalan Raya Desa Ploso adalah letak lokasi usaha yang berada di area pondok pesantren dan area berjualan berada di area para Pedagang Kaki Lima yang lainnya juga, namun hanya *Queen Thai Tea* yang berjualan minuman.

Desa Ploso dan Desa Kedawung merupakan Desa yang terletak di Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri dimana banyak dari masyarakatnya menggantung kehidupannya melalui berdagang, salah satunya menjadi Pedagang Kaki Lima. Meskipun banyak masyarakat yang memiliki pekerjaan sebagai Pedagang Kaki Lima, namun tetap saja banyak hambatan-hambatan

yang dilalui, sebab konsumen memiliki ketertarikan sendiri terhadap kualitas produk tersebut.

Konsumen yang ada di Desa Ploso dan Desa Kedawung cenderung lebih memperhatikan sesuatu yang baru dan unik dan juga lebih mengikuti masa kini dimana ada yang baru disitulah mereka tertarik, seperti halnya dengan adanya promo, diskon, maupun hal unik lainnya

Sofyan berpendapat bahwa strategi pemasaran harus berkaitan dengan tujuan dan sasaran yang telah dibuat oleh pelaku usaha untuk mengembangkan produknya secara menyeluruh. Strategi pemasaran dapat diartikan yaitu suatu rencana yang telah disusun oleh pelaku usaha di bidang pemasarannya yang didalamnya berisi tentang arahan-arahan atau kegiatan yang telah disusun kedepannya dengan tujuan untuk tercapainya suatu keberhasilan suatu usaha.⁴

Maka kemudian penelitian ini bertujuan untuk bagaimana strategi pemasaran dan strategi pemilihan lokasi usaha yang baik dan benar untuk kemudian digunakan acuan sebagai proses pendirian suatu usaha bagi mereka yang menjalankan usaha baik yang telah melangsungkan usahanya maupun yang sedang mendirikan usahanya untuk keberhasilan suatu usaha di kemudian hari.

Berdasarkan latar belakang permasalahan penelitian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan strategi pemasaran dan lokasi usaha serta pengaruh terhadap pendapatan para

⁴ Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran Produksi dan Operasi* (Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI, 2005) hlm. 3

Pedagang Kaki Lima. Oleh karena itu penelitian ini mengambil judul “**Strategi Pemasaran Pedagang Kaki Lima Dalam Meningkatkan Pendapatan (Studi Kasus di Jalan Raya Desa Ploso dan Desa Kedawung)**”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah strategi segmentasi pasar, penentuan pasar, dan penetapan pasar yang dilakukan oleh pedagang kaki lima *Feel Juice* di Jalan Desa Kedawung dan *Queen Thai Tea* di Jalan Raya Desa Ploso dalam memasarkan produknya ?
2. Bagaimanakah strategi akses, visibilitas, *traffic*, ekspansi, lingkungan usaha dalam memilih lokasi usaha Pedagang Kaki Lima *Feel Juice* di Jalan Desa Kedawung dan *Queen Thai Tea* di Jalan Raya Desa Ploso ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis strategi segmentasi pasar, penentuan pasar, dan penetapan pasar yang dilakukan oleh pedagang kaki lima *Feel Juice* di Jalan Desa Kedawung dan *Queen Thai Tea* di Jalan Raya Desa Ploso dalam memasarkan produknya.
2. Untuk Menganalisis strategi akses, visibilitas, *traffic*, ekspansi, lingkungan usaha dalam memilih lokasi usaha *Feel Juice* di Jalan Desa Kedawung dan *Queen Thai Tea* di Jalan Raya Desa Ploso.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara teoritis, hasil dari penelitian ini nantinya dapat memberikan sumbangan secara akademis terhadap perkembangan kajian akademis tentang letak lokasi usaha dan korelasinya dengan aktifitas usaha di Indonesia
2. Secara praktis, hasil dari penelitian ini nantinya dapat memberikan sumbangsih bagi beberapa instansi, yaitu :
 - a. Pemerintah
 - b. Praktisi
 - c. Akademisi dibidang ekonomi dalam mengembangkan kajian tentang Pedagang Kaki Lima

E. Penegasan Istilah

Dalam sebuah penelitian yang dilaksanakan ini terdapat beberapa istilah yang akan ditegaskan agar tidak terjadi kesalahpahaman serta ketidak jelasan pendapat yang terjadi dalam penelitian ini. Beberapa macam penegasan tentang istilah-istilah yang ada dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pemasaran merupakan sebuah proses dari sebuah perencanaan dan pelaksanaan yang sudah ditetapkan sebelumnya, penentuan harga, promosi, distribusi ide, barang dan jasa dalam upaya menghasilkan perubahan yang dapat memuaskan tujuan individu maupun organisasi. Menurut Boone dan Kurtz, pemasaran diartikan sebagai proses dalam menemukan keinginan dan kebutuhan pelanggan yang kemudian

menjadikan barang dan jasa untuk memenuhi ataupun melebihi keinginan pelanggan.⁵

2. Lokasi dapat diartikan sebagai tempat, letak atau penempatan dari suatu barang atau benda, keadaan yang ada di permukaan bumi ini. Lokasi yaitu suatu tempat yang dapat dikunjungi oleh orang-orang. Lokasi dengan kaitannya dengan pemasaran yaitu suatu tempat khusus dimana tempat atau lahan yang digunakan untuk suatu transaksi khususnya proses jual beli. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa lokasi adalah suatu tempat atau letak suatu lokasi yang digunakan sebagai proses jual beli barang atau perbelanjaan baik di daerah pinggiran jalan, pertokoan atau suatu stand yang berada di dalam gedung maupun di luar gedung.⁶
3. Pedagang dapat dipahami sebagai orang yang melakukan kegiatan usaha komersial, usaha kerajinan atau usaha komersial yang bersifat kecil.⁷ Dapat ditarik sebuah konklusi bahwa pedagang adalah orang yang melakukan aktifitas usaha dalam bidang produksi atau melakukan usaha jual beli barang yang mempunyai tujuan dari usaha tersebut untuk mendapatkan keuntungan. Pada konteks penelitian ini yang dimaksud pedagang adalah pedagang kecil yaitu Pedagang Kaki Lima.

⁵ Widiyono dan Mukhair Pakkanna, *Pengantar Bisnis Respon Terhadap Dinamika Global*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013) hlm. 125

⁶ Rendy dan Jay Heizer, *Prinsip-Prinsip Manajemen Operasi*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001) hlm. 33

⁷ Dewa Made Aris, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Sukawati Di Kabupaten Gianyar*, h. 35

4. Pendapatan Penghasilan atau pendapatan dapat diartikan sebagai suatu hasil dari pekerjaan atau dapat diartikan sebagai upah dari hasil pekerjaannya. Selain itu penghasilan dapat diartikan sebagai sebuah penghasilan yang didapat berupa uang yang diterima oleh seseorang bisa juga dalam bentuk gaji, upah, sewa, bunga dan laba.⁸

F. Identifikasi dan Pembatasan Masalah

Dalam penelitian ini terdapat pembatasan masalah yang bertujuan untuk menghindari adanya pembahasan yang berlebihan serta tidak sesuai dengan pokok permasalahan yang akan dibahas. Dalam penelitian ini memiliki tujuan yaitu untuk membahas dan menganalisa apa yang terdapat di rumusan masalah dalam penelitian ini. Sehingga dalam penelitian yang diangkat ini diperlukan pembatasan masalah agar apa yang diteliti tidak akan keluar daripada permasalahannya. Batasan masalah dalam penelitian ini berfokus pada bagaimana strategi pemasaran serta pemilihan lokasi usaha terhadap pendapatan Pedagang Kaki Lima dan studi kasus yang diambil di Wilayah Kediri.

G. Sistematika Pembahasan

Dalam penelitian yang dibahas ini memiliki enam bab. Adapun sistematika dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

⁸ Nurul Huda, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2009), hlm. 21

- BAB I : Pada bab ini berisi tentang Pendahuluan yang menjelaskan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penegasan istilah, identifikasi dan pembatasan masalah, dan sistematika pembahasan
- BAB II : Selanjutnya yaitu bab II yang berisi tentang Kajian Pustaka dan menjelaskan terkait pengertian dari pengertian pemasara, strategi pemasaran, penentuan lokasi, definisi lokasi, langkah-langkah dalam memilih lokasi, pengertian pedagang, macam-macam barang, pengertian pendapatan, faktor yang mempengaruhi pendapatan.
- BAB III : Pada bab ini nantinya menjelaskan tentang Metode Penelitian yang terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan, dan tahapan-tahapan penelitian.
- BAB IV : kemudian bab IV membahas terkait Hasil Penelitian yang terdiri dari paparan data, dan temuan penelitian.
- BAB V : selanjutnya di bab V akan menjelaskan tentang Pembahasan terkait dengan Pemasaran dan Pemilihan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang Kaki Lima (Studi Kasus di Wilayah Kediri).
- BAB VI : Kemudian bab terakhir yaitu Penutup yang berisi kesimpulan dan saran.