

Strategi Pedagang Kaki Lima Dalam Peningkatan Kesejahteraan Di Kota Kupang

Godeliva Mega Putri Tuto Elaman¹, Gratia Kontar Iri², Maria Jenifer Da Costa Jemahan^{3*}, Yohanes Pemandi Lian⁴

^{1,2,3,4}Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, Jl Jend Achmad Yani No 50-52 Kelurahan Merdeka, Kecamatan. Kota Lama, Kota Kupang, Provinsi Nusa Tenggara
Email: jnniedcsta@gmail.com^{3*}

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi strategi yang digunakan oleh pedagang kaki lima (PKL) di Kota Kupang dalam meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan mereka. PKL memiliki peran penting dalam ekonomi lokal, menyediakan barang dan jasa dengan harga terjangkau bagi masyarakat berpenghasilan rendah. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan melakukan wawancara terstruktur terhadap 50 PKL di beberapa lokasi strategis. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa PKL menerapkan berbagai strategi, seperti menjaga kualitas produk, menawarkan harga yang bersaing, menambah variasi produk, dan memanfaatkan media sosial untuk promosi. Namun, mereka juga dihadapkan pada tantangan seperti berkurangnya pembeli, naiknya harga bahan baku, serta persaingan yang ketat. Studi ini merekomendasikan agar PKL mengembangkan strategi adaptif dan berinovasi untuk meningkatkan daya saing serta keberlanjutan usaha mereka.

Keyword: Kesejahteraan, Pedagang kaki lima, Strategi

PENDAHULUAN

Pedagang kaki lima (PKL) merupakan salah satu elemen penting dalam perekonomian mikro yang mampu bertahan bahkan di tengah tekanan krisis ekonomi. Keberadaan PKL menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat kecil, khususnya karena mereka menyediakan barang dan jasa yang terjangkau bagi kalangan menengah ke bawah. Di kota-kota berkembang seperti Kupang, peran PKL semakin signifikan, tidak hanya sebagai penyedia kebutuhan sehari-hari seperti makanan dan minuman, tetapi juga sebagai sumber mata pencaharian bagi masyarakat berpenghasilan rendah. Keberadaan mereka turut mendukung perputaran ekonomi lokal, terutama dengan keunikan produk yang

sering kali tidak ditawarkan oleh toko modern, seperti jajanan khas daerah dan kebutuhan harian lainnya (Mohammad Noor Khairullah, et al., 2022).

Pedagang Kaki Lima umumnya memilih lokasi strategis yang ramai, seperti pasar, terminal, atau kawasan perkantoran, sebagai bagian dari strategi bisnis untuk menjangkau konsumen. Di tengah kompetisi yang semakin intens, para pedagang kaki lima harus beradaptasi dengan perubahan dinamika pasar. Persaingan bisnis, terutama di sektor perdagangan, tidak hanya datang dari sesama pelaku usaha mikro, tetapi juga dari perkembangan bisnis yang menjangkau hampir seluruh wilayah Indonesia. Dalam situasi ini, pedagang yang mampu mengembangkan strategi pemasaran kreatif

dan efektif akan lebih berpeluang untuk bertahan dan berkembang .

Strategi bisnis menjadi kunci dalam mendukung keberlanjutan usaha PKL. Beberapa pedagang fokus pada inovasi produk, seperti meningkatkan cita rasa dan kualitas dagangan, sementara yang lain menyesuaikan barang dagangan dengan kebutuhan musiman serta karakteristik konsumen. Selain itu, pemahaman mendalam tentang kondisi pasar dan kemampuan untuk mengelola sumber daya secara efisien menjadi faktor penting dalam mempertahankan usaha. Pendekatan ini juga perlu didukung oleh kemampuan pedagang dalam menciptakan kepuasan pelanggan, yang menjadi indikator utama keberhasilan bisnis (Eni susilowati, et al., 2022).

Dalam konteks kesejahteraan, kondisi PKL di Kota Kupang dapat dianalisis menggunakan pendekatan kebutuhan dasar (basic needs approach), sebagaimana diukur oleh Badan Pusat Statistik (BPS). Pendekatan ini memandang kemiskinan sebagai ketidakmampuan ekonomi untuk memenuhi kebutuhan dasar, baik makanan maupun non-makanan. Dengan demikian, kesejahteraan PKL dapat diukur berdasarkan pengeluaran per kapita mereka dibandingkan dengan garis kemiskinan. PKL yang pengeluarannya berada di atas garis kemiskinan dianggap sejahtera, sedangkan yang di bawahnya masuk kategori kurang sejahtera (Risqiah Mardotilah, 2021).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi yang diterapkan oleh PKL di Kota Kupang dalam meningkatkan

penghasilan mereka guna mencapai kesejahteraan, mengidentifikasi tantangan yang dihadapi dalam usaha tersebut, serta menilai sejauh mana strategi yang dijalankan mampu memberikan kepuasan kepada konsumen. Selain itu, penelitian ini juga mengevaluasi kesejahteraan PKL dengan pendekatan kebutuhan dasar serta menganalisis pengaruh perkembangan sosial ekonomi dan dukungan teknologi terhadap keberhasilan usaha PKL di Kota Kupang. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memahami peran strategis PKL dalam perekonomian lokal sekaligus memberikan rekomendasi untuk pengembangan usaha mikro yang lebih berkelanjutan.

METODE

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif untuk memperoleh wawasan yang mendalam tentang strategi yang digunakan oleh pedagang kaki lima dalam meningkatkan kesejahteraan di Kota Kupang. Lokasi Penelitian ini yaitu di Taman Tägepe, Taman Nostalgia, dan di sepanjang jalan Eltari yang terletak di Kota Kupang. Populasi penelitian dipilih berdasarkan pertimbangan bahwa sampel atau responden harus memiliki keterkaitan erat dengan karakteristik variabel yang sedang diteliti. Sampel merupakan sebagian kecil dari populasi yang memiliki karakteristik tertentu dan dapat secara representatif mewakili populasi tersebut. Oleh karena itu, sampel yang diambil harus benar-benar mewakili populasi secara keseluruhan. Dalam penelitian ini, jumlah

sampel yang diambil adalah 50 orang pedagang kaki lima di Kota Kupang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah total sampling atau sensus, sesuai dengan pendapat, yang menyatakan bahwa total sampling atau sensus adalah teknik pengumpulan sampel dengan melibatkan seluruh anggota populasi sebagai sampel, terutama jika jumlah populasi kurang dari 100. Untuk mengumpulkan data yang valid, peneliti terjun langsung ke lokasi penelitian dan menggunakan Metode Wawancara : Wawancara adalah suatu bentuk percakapan dengan tujuan tertentu yang melibatkan dua pihak, yaitu pewawancara (interviewer) yang memberikan pertanyaan dan orang yang diwawancarai (interviewee) yang memberikan jawaban. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara terstruktur, di mana pewawancara menentukan sendiri topik serta pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan guna mendapatkan jawaban yang sesuai dengan hipotesis yang telah dirumuskan secara sistematis. Agar wawancara berjalan lancar, pewawancara harus mampu membangun hubungan baik dengan informan sehingga mereka merasa nyaman, mau bekerja sama, dan bebas memberikan informasi secara jujur. Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan secara terstruktur (tertulis), yaitu dengan menyusun daftar pertanyaan terlebih dahulu. Pendekatan ini bertujuan untuk menjaga wawancara tetap terarah dan fokus pada tujuan penelitian, serta menghindari percakapan yang meluas ke topik yang tidak relevan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi yang dilakukan pedagang kaki lima dalam upaya Peningkatan penghasilan untuk kesejahteraan di Kota Kupang

Keberadaan pedagang kaki lima (PKL) memberikan dampak positif sekaligus negatif. Secara positif, PKL berkontribusi terhadap perekonomian masyarakat, seperti membantu mengurangi tingkat pengangguran, memulihkan kondisi ekonomi rumah tangga, serta memenuhi kebutuhan masyarakat dengan ekonomi menengah ke bawah. Namun, di sisi lain, keberadaan PKL juga membawa dampak negatif terhadap pembangunan daerah, khususnya dalam konteks perkotaan. Kehadiran mereka sering kali menimbulkan masalah terkait ketertiban umum, kenyamanan, dan estetika lingkungan yang sulit untuk diatasi, terutama dalam perkembangan sektor informal. Agar semua barang dagangan dapat terjual, pedagang kaki lima perlu memilih lokasi yang strategis untuk melakukan transaksi jual beli. Lokasi yang tepat sangat penting untuk memastikan barang atau produk yang ditawarkan menarik perhatian konsumen dan laku terjual. Biasanya, pedagang kaki lima memilih lokasi seperti tepi jalan atau trotoar untuk menjalankan usaha mereka.

Gambaran Umum Objek Penelitian

Jalan Eltari adalah tempat yang terdapat di tengah kota Kupang yang trotoarnya dijadikan sebagai tempat untuk berjualan oleh para pedagang kaki lima pada saat sore menjelang malam hari. Adapun tempat lain yang dijadikan tempat untuk berjualan oleh para pedagang kaki lima di kota Kupang

yaitu taman Nostalgia, taman Tagepe, dan di berbagai tempat wisata yang ada di kota Kupang. Mereka menjual berbagai produk makanan dan minuman seperti Jagung bakar, bubur kacang, bakso, salome, gorengan, es kelapa, keripik pisang, roti bakar, sosis bakar, es krim keliling, jus buah, minuman boba, es campur, es cendol. Hal ini sangat membantu masyarakat yang ingin menikmati jajanan tersebut.

Gambaran Umum Subjek Penelitian

Penelitian ini melibatkan 50 pedagang kaki lima sebagai subjek, yang telah menjalankan usahanya selama lebih dari 10 tahun. Peneliti berupaya mendeskripsikan dan menganalisis data yang ada, sekaligus memberikan rekomendasi mengenai penerapan strategi pedagang kaki lima untuk meningkatkan pendapatan. Temuan ini didasarkan pada hasil wawancara dengan para pedagang kaki lima di Kota Kupang, yang dirangkum sebagai berikut:

1. Menjaga Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan faktor utama yang perlu diperhatikan oleh para pedagang. Terutama bagi mereka yang ingin mempertahankan kualitas produk dan juga cita rasa yang telah diciptakan oleh keluarga. Dengan tidak mengubah cita rasa dari produk yang dijual, merupakan salah satu strategi yang dilakukan oleh sebagian besar pedagang kaki lima di kota Kupang. Menjaga kualitas produk bukanlah hal yang mudah. Pedagang perlu memahami terlebih dahulu apa yang dimaksud dengan mutu produk yang baik, termasuk bagaimana mencapainya, langkah-langkah yang harus dilakukan untuk

mempertahankannya, dan dampak positif yang akan dirasakan jika mutu tersebut berhasil dicapai. Hal ini juga mencakup kemampuan untuk mengidentifikasi potensi kegagalan dalam menjaga mutu. Meskipun terlihat rumit dan memerlukan banyak usaha, menjaga kualitas setiap produk atau layanan yang ditawarkan dapat memberikan keuntungan besar bagi operasional dan keberlangsungan bisnis. Sebagai contoh, pedagang di Pinggiran Jalan El Tari tetap menjaga kualitas produk mereka, meskipun hanya menjual satu jenis makanan, seperti jagung bakar. Mereka menciptakan cita rasa yang khas untuk memberikan pengalaman berbeda kepada konsumen. Tingginya kualitas produk ini membuat konsumen merasa percaya terhadap pilihan mereka, sehingga berkontribusi pada peningkatan loyalitas pelanggan.

2. Penetapan Harga

Penetapan harga adalah proses menentukan nilai yang disepakati produsen sebagai imbalan atas barang dan jasa yang mereka tawarkan. Metode penetapan harga digunakan untuk menyesuaikan biaya sesuai dengan pandangan produsen dan kebutuhan pelanggan.

3. Menambah Varian Baru

Menambah varian baru pada produk yang dijual adalah salah satu strategi yang digunakan oleh para pedagang kaki lima dalam meningkatkan perekonomian. Salah satu contoh dapat kita ambil dari wawancara dengan ibu Hilda yang berjualan bakso tentang strategi yang dia gunakan untuk meningkatkan perekonomian yaitu dengan

cara menambah varian baru dalam menjual bakso dengan menambah isian dalam bakso seperti isian ayam suwir, keju, sosis.

4. Mempromosikan Produk

Sebagian besar pedagang mempromosikan produk mereka dengan memanfaatkan platform seperti Facebook, Instagram, atau WhatsApp agar para pembeli dapat menelusuri produk yang di jual dan berapa tinjauan harganya. Strategi ini digunakan untuk meningkatkan perekonomian mereka.

5. Pelayanan yang Baik

Pedagang kaki lima menerapkan strategi pelayanan yang berkualitas dengan memberikan layanan yang ramah, responsif, dan profesional kepada setiap pelanggan, menjaga kebersihan area usaha demi menciptakan suasana yang nyaman, memperhatikan kebutuhan serta masukan pelanggan secara seksama, menawarkan bantuan secara aktif, seperti menyarankan produk yang sesuai, dan memastikan setiap transaksi berlangsung dengan jujur dan transparan. Pendekatan ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga membangun kepercayaan dan loyalitas yang menjadi fondasi bagi keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

Tantangan atau Kendala yang dihadapi Pedagang Kaki Lima dalam upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat Kota Kupang

Berbagai tantangan dan hambatan yang dihadapi oleh pedagang kaki lima dalam upaya meningkatkan pendapatan mereka untuk mencapai kesejahteraan di Kota

Kupang sering kali menjadi faktor yang membatasi perkembangan usaha mereka. Berikut ini adalah tantangan yang dihadapi oleh para pedagang kaki lima di kota Kupang:

1. Pembeli yang Sepi

Keadaan pembeli yang sepi merupakan salah satu tantangan utama bagi pedagang kaki lima, karena sedikitnya pelanggan yang datang untuk membeli produk mereka dapat berdampak besar pada pendapatan, yang pada gilirannya mempengaruhi kelangsungan usaha. Hal ini menyebabkan pedagang kesulitan menutupi biaya operasional dan memperbarui stok barang, sehingga mereka perlu mencari cara-cara kreatif untuk menarik perhatian pelanggan, seperti melalui promosi, penyusunan produk yang lebih menarik, dan pemilihan lokasi yang lebih strategis agar dapat mengatasi permasalahan tersebut.

2. Kenaikan Harga Barang

Kenaikan harga barang menjadi salah satu kendala besar bagi pedagang kaki lima, karena ketika harga bahan baku atau barang yang dijual meningkat, pedagang sering kali terpaksa menaikkan harga jual, yang pada akhirnya dapat menurunkan daya beli konsumen dan mengurangi jumlah pembeli. Di sisi lain, pedagang tetap harus menutupi biaya operasional dan mempertahankan margin keuntungan, sehingga mereka perlu cermat dalam mengatur harga dan mencari solusi untuk mengurangi dampak buruk dari kenaikan harga, seperti dengan mencari pemasok yang lebih murah, meminimalkan pengeluaran lain yang tidak perlu, atau

menawarkan diskon dan promosi khusus untuk menarik lebih banyak pelanggan.

3. Faktor Cuaca

Cuaca seringkali berpengaruh besar terhadap pendapatan pedagang kaki lima, karena cuaca buruk seperti hujan deras atau panas yang terik dapat mengurangi jumlah pengunjung yang datang ke tempat berjualan, sehingga peluang untuk melakukan transaksi menjadi lebih kecil dan pendapatan pun menurun. Selain itu, cuaca yang tidak menentu juga membuat pedagang kesulitan dalam merencanakan stok barang, terutama untuk produk-produk yang sensitif terhadap suhu atau kelembapan, seperti makanan dan minuman. Oleh karena itu, pedagang harus lebih fleksibel dalam mengelola persediaan dan menyesuaikan harga atau promosi agar dapat tetap menarik pelanggan meskipun kondisi cuaca yang berubah-ubah.

4. Banyak Pesaing

Jumlah pesaing yang semakin banyak dalam usaha pedagang kaki lima seringkali menjadi hambatan besar, karena dengan bertambahnya pedagang di lokasi yang sama atau serupa, persaingan dalam hal harga dan kualitas produk menjadi lebih sengit, memaksa setiap pedagang untuk lebih kreatif dan inovatif agar dapat menarik perhatian pelanggan, misalnya dengan menawarkan produk yang lebih berbeda, meningkatkan pelayanan, atau menetapkan harga yang lebih bersaing. Selain itu, persaingan yang ketat juga sering membuat pedagang kesulitan dalam mempertahankan pelanggan setia, karena pelanggan memiliki banyak pilihan, sehingga mereka harus lebih pintar dalam

menciptakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan, memanfaatkan promo menarik, serta menjalin hubungan baik dengan pelanggan agar usaha tetap dapat berkembang meski di tengah banyaknya pesaing.

5. Lokasi yang Tidak Stabil

Barang dagangan berisiko dicuri atau dirusak, terutama saat harus meninggalkan lokasi berjualan. Ketidakstabilan lokasi membuat mereka rentan terhadap konflik dengan pihak lain, seperti pedagang resmi atau warga sekitar.

6. Kondisi Ekonomi

Modal yang terbatas membuat Pedagang Kaki Lima sulit mengembangkan usaha atau menambah variasi produk. Fluktuasi harga bahan baku yang sulit dikendalikan.

KESIMPULAN

Pedagang kaki lima (PKL) memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian masyarakat. Mereka berkontribusi dengan menyediakan barang dan jasa yang terjangkau bagi kalangan menengah ke bawah, sekaligus membantu mengurangi angka pengangguran dan mendukung perputaran ekonomi lokal. Untuk meningkatkan penghasilan, PKL menerapkan berbagai strategi, seperti menjaga kualitas produk, menetapkan harga yang kompetitif, menambah variasi produk, memanfaatkan media sosial untuk promosi, serta memberikan pelayanan yang baik dan profesional. Namun, PKL menghadapi sejumlah tantangan, seperti sepi pembeli,

kenaikan harga bahan baku, kondisi cuaca yang memengaruhi pendapatan, dan persaingan bisnis yang semakin ketat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan melibatkan 50 PKL di Kota Kupang melalui wawancara terstruktur yang dilakukan di beberapa lokasi, yaitu Taman Tagepe, Taman Nostalgia, dan sepanjang Jalan Eltari.

<https://doi.org/10.28926/sinda.v2i3.719>

..

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dan memberikan bantuan dalam menyelesaikan artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Hayat, M. (2012). Strategi Bertahan Hidup Pedagang Kaki Lima (PKL).
- Karmin. (2024). Strategi Bertahan Hidup PKL Di Bumi Tamalanrea di Kota Makassar (Studi Kasus Penjual Bakso Keliling. Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran, 7, 576–584.
- Khairullah, M., Irdiana, S., Ariyono, K., & Darmawan, K. (2022). Strategi Pedagang Kaki Lima Dalam Meningkatkan Pendapatan di Masa Pasca Pandemi Covid 19. Jurnal Manajemen Dan Penelitian Akuntansi (JUMPA), 15 (2), 85–96.
- Mardotilah, R. (2021). Strategi Pedagang Kaki Lima Dalam Meningkatkan Penghasilan untuk Kesejahteraan Keluarga (Studi Kasus Pedagang Kaki Lima Taman Kota Selong).
- Susilowati E, Estu Murdinar, H., & Munir, M. M. (2022). Strategi Pedagang Kaki Lima Dalam Peningkatan Perokonomian di Desa Sambi Sebagai Upaya menuju Kesejahteraan. SINDA: Comprehensive Journal of Islamic Social Studies, 2(3), 118–128.