

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Kegiatan penduduk terdiri atas kegiatan sosial (dalam berkeluarga, kesehatan, pendidikan, agama, rekreasi, dan sebagainya) dan kegiatan ekonomi (kegiatan dalam mata pencaharian, cara berkonsumsi, pertukaran barang dan jasa dan sebagainya). Kegiatan sosial dan ekonomi mencirikan perkembangan suatu kota disamping aktifitas lain yang ada. Kegiatan sosial ekonomi tersebut dilakukan penduduk untuk mempertahankan hidupnya sebagai perserorangan dan sebagai kelompok. Dan pada umumnya kota merupakan sebagai tempat pemukiman yang relatif besar, berpenduduk padat dan permanen dari individu-individu yang secara sosial heterogen. Semakin besar, semakin padat dan heterogen penduduknya ditambah lagi sulitnya lapangan pekerjaan yang tersedia bagi anggota masyarakat yang berpendidikan rendah dengan pengalaman serta keterampilan yang terbatas.

Dengan adanya sektor informal sebagai unit-unit berskala kecil yang terlibat dalam distribusi barang-barang, diminati oleh penduduk terutama bertujuan untuk mencari kesempatan kerja dan pendapatan untuk memperoleh keuntungan. Oleh karena itu mereka yang terlibat dalam sektor informal pada umumnya adalah masyarakat di ibu kota yang mencari nafkah dengan

berdagang yang mayoritas pendidikan dan keterampilan yang terbatas yang mereka miliki. Selain itu pekerjaan di sektor informal tidak memiliki jaminan keselamatan kerja dan fasilitas-fasilitas seperti yang didapat oleh pekerja di sektor formal. Dalam sektor informal ini banyak digeluti masyarakat berbagai kota dengan motivasi semata-mata hanya untuk mempertahankan kelangsungan hidup tanpa memerlukan pendidikan formal yang khusus.

Berbicara tentang pelaku sektor informal yaitu perdagangan, maka tidak dapat lepas dari komunitas pedagang yang salah satunya banyak terlihat diberbagai kota yang biasa dikenal dengan sebutan pedagang kaki lima, yaitu mereka yang bekerja dengan memanfaatkan situasi, tempat dengan keramaian yaitu dengan berjualan ditrotoar jalan atau ditempat umum lainnya. Pedagang kaki lima termasuk sektor usaha mikro kecil menengah. Pedagang kaki lima merupakan salah satu jalan bagi masyarakat yang pada umumnya mereka miskin dan berpendidikan rendah tetapi walaupun pendapatan para pedagang kaki lima cenderung rendah dari pada kegiatan-kegiatan bisnis yang ada di sektor formal, mereka tetap mampu mempertahankan hidupnya. Perkembangan pedagang kaki lima dari waktu ke waktu sangat pesat jumlahnya, karena pedagang kaki lima dapat lebih mudah untuk dijumpai oleh konsumennya dari pedagang resmi kebanyakan bertempat tetap. Sehingga konsumen dimudahkan untuk memenuhi kebutuhan barang-barang eceran.

Salah satu lokasi yang ramai dengan pedagang kaki lima adalah disekitar Monumen Nasional. Monumen Nasional atau yang populer disingkat

dengan Monas atau Tugu Monas adalah monumen peringatan setinggi 132 meter (433 kaki) yang didirikan untuk mengenang perlawanan dan perjuangan rakyat Indonesia untuk merebut kemerdekaan dari pemerintahan kolonial Hindia Belanda. Pembangunan monumen ini dimulai pada tanggal 17 Agustus 1961 di bawah perintah presiden Soekarno, dan dibuka untuk umum pada tanggal 12 Juli 1975. Tugu ini dimahkotai lidah api yang dilapisi lembaran emas yang melambangkan semangat perjuangan yang menyala-nyala. Monumen Nasional terletak tepat di tengah Lapangan Medan Merdeka, Jakarta Pusat.

Berdasarkan data Monumen Nasional Jakarta yang didapatkan pengunjung yaitu : pengunjung pada tahun 2011 sebanyak 1.336.153, pengunjung pada tahun 2012 sebanyak 1.482.833, pengunjung pada tahun 2013 sebanyak 1.369.472, pengunjung pada tahun 2014 sebanyak 1.132.744, pengunjung pada tahun 2015 sebanyak 1.123.058. akibat banyaknya pengunjung ke Monumen Nasional Jakarta bagi mereka yang mampu mencari dan menangkap peluang usaha dari objek wisata ini yang mana para pengunjungnya setiap tahun boleh dikatakan bertambah. Melakukan peluang usaha yaitu dengan cara berdagang di sekitaran Monumen Nasional.

Berdasarkan uraian atas dapat diketahui bahwa sektor informal pedagang kaki lima mempunyai peranan yang sangat besar untuk meningkatkan perekonomian terutama masyarakat ekonomi lemah dan sektor ini juga menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang cukup besar yang mempunyai

keahlian yang relatif minim serta menyediakan kebutuhan hidup bagi masyarakat. Di satu sisi keberadaan pedagang kaki lima cukup membantu mengatasi masalah pengangguran di kota Jakarta dan sebagai salah satu sumber pemasukan bagi pemerintah kota Jakarta, tetapi di sisi lain keberadaan pedagang kaki lima tersebut menimbulkan sejumlah permasalahan yaitu menimbulkan sampah, taman menjadi rusak dan kesan kotor di sekitaran Monumen Nasional.

Faktor-faktor lain yang mendorong pedagang kaki lima memilih berjualan di Lenggang Jakarta adalah karena lebih rapi, lebih aman, tempatnya lebih bagus, tidak ada pungutan liar, mengikut keluarga, dan sudah lama berjualan di Monumen Nasional. Mempunyai daya tersendiri bagi penduduk dari luar kota yang memiliki perkiraan lebih banyaknya kesempatan kerja di kota, kehidupannya lebih enak dari tempat asalnya, sarana dan prasarana umum lebih lengkap di kota.

Adapun jenis dagangan yang dijual oleh para pedagang kaki lima di kawasan Lenggang Jakarta seperti makanan-minuman, kaos sablon, souvenir (gelang, cincin, kalung, dan lain-lain, pernak pernik Monumen Nasional, kaca mata). Jumlah pedagang kaki lima di Monumen Nasional kurang lebih sekitar 600 tapi yang terseleksi verifikasi dan pelatihan dari Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Serta Perdagangan hanya sekitar 339 tapi 10 pedagang kaki lima mengundurkan diri, karena pedagang kaki lima dapat lebih

mudah untuk dijumpai konsumennya dari pada pedagang resmi yang kebanyakan bertempat tetap.

Secara garis besar kesulitan yang dihadapi oleh para pedagang kaki lima berkisar antara peraturan pemerintah mengenai penataan pedagang kaki lima belum bersifat membangun atau konstruktif, kekurangan modal, kekurangan fasilitas pemasaran, dan belum adanya bantuan kredit, hal lain keberadaan pedagang kaki lima dianggap mengganggu keindahan dan ketertiban lingkungan Kota khususnya di kawasan Monumen Nasional. Maka dari itu Gubernur DKI Jakarta melalui Peraturan Daerah (DKI) Nomor 8 Tahun 2007 Pasal 25, kawasan Monas harus steril dari kegiatan jual beli. kawasan Monas harus steril dari PKL. Sehingga para pedagang kaki lima direlokasikan ketempat yang telah disiapkan oleh Pemerintah DKI Jakarta, yaitu di lokasi kawasan Lenggang Jakarta yang diresmikannya oleh Bapak Gubernur DKI Jakarta Basuki Tjahaja Purnama pada tanggal 22 Mei 2015 lalu . Lenggang Jakarta merupakan proyek percontohan penataan Pedagang Kaki Lima (PKL). Khususnya untuk kawasan Taman Monas (Monumen Nasional). Lenggang Jakarta dibangun sebagai rumah baru bagi PKL yang telah lama berdagang di dalam Kawasan Ikatan Restoran dan Taman Indonesia. Lenggang Jakarta juga merupakan usaha agar kawasan ini dapat menjadi tempat tujuan wisata yang senantiasa bersih, rapih dan nyaman sehingga masyarakat Jakarta serta wisatawan yang datang ke Jakarta dapat menikmati aneka kuliner nusantara serta berbelanja aneka cenderamata di tempat yang layak.

Masalah yang timbul setelah dilakukan relokasi pedagang kaki lima dari Monumen Nasional ke wilayah yang baru yaitu Lenggang Jakarta tentu menimbulkan beberapa gejolak yang dirasakan para pedagang. Diantara dampak yang dirasakan oleh pedagang akibat relokasi tersebut yaitu adanya sistem pengelolaan yang menurut pedagang tidak adil. Dampak yang dirasakan pedagang di antaranya :

1. Penempatan lokasi berdagang kurang strategis dan menurut pedagang kaki lima yang lainnya sangat strategis. Kenyataan yang dirasakan saat ini adalah pedagang dengan lokasi berjualan ditempat paling depan atau pintu masuk adalah yang sering dikunjungi pelanggan, sedangkan kios yang berada di belakangnya kurang diminati pengunjung
2. Penempatan atau pemilihan kios bukan didasarkan pada keinginan pedagang, tetapi dilakukan dengan sistem kocok sehingga yang beruntunglah yang dapat menempati kios yang paling depan. Hal ini membuat cemburu rekan pedagang lain yang kurang beruntung karena posisi lokasi kios berada di belakangnya
3. Keadaan tersebut diperparah lagi dengan adanya ketentuan dari pengelola kios Lenggang Jakarta bahwa pedagang diperbolehkan berjualan hanya 3 (tiga) jenis makanan atau kuliner saja
4. Terlalu banyak makanan yang sama terus kebanyakan pedagang kaki lima melakukan kecurangan dalam membawa makanan yang sudah ditetapkan oleh pihak Lenggang Jakarta.

5. Pendapatan para pedagang kaki lima berkurang dibandingkan waktu berjualan di sekitar Taman Monumen Nasional

Setelah saya melakukan survei dan mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada pedagang kaki lima yang berjualan di Lenggang Jakarta saat ini ternyata ada dua kelompok pedagang kaki lima di Lenggang Jakarta yaitu pedagang kaki lima baru dan pedagang kaki lima lama

Kedua kelompok pedagang kaki lima ini menjual dagangan yang berbeda-beda pedagang kaki lima lama menjual bermacam-macam makanan dan minuman. Pedagang kaki lima baru menjual bermacam-macam pakaian dan aksesoris.

Berdasarkan observasi yang saya lakukan dan mengajukan pertanyaan tentang pendapatan mereka sekarang setelah direlokasi. Menurut para pedagang kaki lima, mengatakan bahwa zaman sudah era baru, sebelum direlokasi masih ada Taman Hiburan, Taman Ria dan Panggung Hiburan di Area Monumen Nasional. Pendapatan mereka cukup besar berkisar kurang lebih Rp. 6.000.000 per bulan tapi sekarang pedagang kaki lima di Lenggang Jakarta merasakan mengeluh pendapatan setelah direlokasi malah menurun dan apalagi sekarang tidak ada hiburan yang biasanya banyak menyerap pengunjung. Bagi pedagang baru mereka merasakan juga dampak setelah direlokasi tempat yang baru terasa tentang penurunan pendapatan, dimana semua pedagang kaki lima yang berjualan di Lenggang Jakarta mengeluhkan sepi pengunjung di area berjualan mereka. Pendapatan mereka sekarang jauh menurun sampai sekarang

hanya sekitar kurang lebih Rp. 200.000 bagi penjual makanan. Bagi penjual aksesoris dan pakaian pendapatan mereka hanya sekitar Rp. 500.000 per bulan.

Melihat permasalahan di atas peneliti tertarik untuk mengetahui lebih dalam mengenai Pengaruh Relokasi Tempat Berjualan Terhadap Pendapatan (Kasus Relokasi Pedagang Kaki Lima dari Monumen Nasional ke Lenggang Jakarta)

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka identifikasikan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

- a. Bagaimana pendapatan pedagang kaki lima sebelum relokasi di Lenggang Jakarta ?
- b. Apakah Relokasi berpengaruh terhadap pendapatan pedagang kaki lima ?
- c. Bagaimana pendapatan pedagang kaki lima sesudah dilaksanakan relokasi berdagang di Lenggang Jakarta ?
- d. Faktor-faktor apa saja yang mendorong pedagang kaki lima berjualan di Lenggang Jakarta

## **C. Pembatasan Masalah**

Dalam penelitian ini, peneliti membatasi masalah pada Pengaruh Relokasi Tempat Berjualan Terhadap Pendapatan (Kasus Relokasi Pedagang Kaki Lima dari Monumen Nasional Ke Lenggang Jakarta



**D. Perumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi dan pembatasan masalah yang telah diuraikan di atas, maka peneliti merumuskan masalah penelitian ini pada Bagaimana Pengaruh Relokasi Tempat Berjualan Terhadap Pendapatan (Kasus Relokasi Pedagang Kaki Lima dari Monumen Nasional ke Lenggang Jakarta)

**E. Kegunaan Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini diharapkan berguna untuk :

Untuk mendapatkan data mengenai tentang Pengaruh Relokasi Tempat Berjualan Terhadap Pendapatan (Kasus Relokasi Pedagang Kaki Lima dari Monumen Nasional ke Lenggang Jakarta dan bermanfaat untuk peneliti selanjutnya yang.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Deskripsi Teori**

##### **1. Hakikat Lokasi**

Menurut Djojodipuro (1992:68-69) dalam melakukan ekonomi analisa lokasi sangatlah penting sebab hal tersebut dapat mempengaruhi pada keberhasilan dalam usaha yang akan dilakukannya untuk kepentingan tertentu teori lokasi dalam perkembangannya. Terbagi menjadi 3 bagian yaitu: teori lokasi yang berorientasi kepada daerah lokasi, teori lokasi yang berorientasi kepada kesinambungan spesial. Dari ketiga teori lokasi tersebut khusus penentuan lokasi paling sederhana adalah teori lokasi yang berorientasi kepada tempat lokasi di mana dalam menentukan tempat penyaluran yang digunakan sebagai pusat pelayan pelanggan.

Menurut Djojodipuro (1992:20) Dalam upaya pemilihan lokasi yang strategis secara mengungkapkan bahwa penentuan lokasi perdagangan harus mempertimbangkan konsentrasi konsumen. Semakin dekat ia dengan konsumen, semakin besar kemungkinan konsumen membeli barang dagangannya.

Kotler (1985 : 265) mengemukakan bahwa lokasi adalah suatu tempat fisik, di mana pembeli dan penjual bertemu untuk mempertukarkan barang dan jasa.

Lokasi menurut Swastha (1984 : 339) adalah letak atau toko pengecer pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimalkan laba. Sedangkan menurut Manullang (1991 : 41) mendefinisikan bahwa lokasi atau tempat atau letak adalah tempat di mana perusahaan itu didirikan. Jadi, lokasi di sini adalah tempat di mana suatu jenis usaha atau bidang usaha akan dilaksanakan.

Pemilihan lokasi merupakan faktor bersaing yang penting dalam usaha menarik konsumen ataupun pelanggan. Pertimbangan-pertimbangan yang cermat dalam menentukan lokasi menurut Tjiptono (2007:41-42) meliputi faktor- faktor :

1. Akses, misalnya lokasi yang mudah dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum
2. Visibilitas, misalnya lokasi dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan
3. Jalur Lalu lintas (*traffic*) dimana ada dua hal yang perlu dipertimbangkan, yaitu :
  - Banyaknya orang atau keramaian orang yang lalu lalang dapat memberi peluang terjadinya transaksi penjualan
  - Kepadatan dan kemacetan lalu lintas yang menjadi hambatan, misalnya terhadap pelayanan kepolisian, pemadam kebakaran dan ambulan
4. Tempat parkir yang luas dan aman
5. Ekspansi, yaitu tersedia tempat cukup luas untuk perluasan usaha dikemudian hari

6. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan misalnya berdekatan dengan sekolah atau perkantoran
7. Persaingan yaitu lokasi pesaing dengan mempertimbangkan keberadaan pesaing yang sama dilihat dari jauh dekatnya
8. Peraturan pemerintah, misalnya larangan terhadap penempatan lokasi

Dalam penentuan lokasi usaha tindakan mudah karena dapat mempengaruhi banyak hal yaitu menempatkan usaha perdagangannya di pusat jalur transportasi atau pada persimpangan jalan antara wilayah karena akan mengintruksikan partisipasi masyarakat yang optimal.

Teori lokasi dalam perkembangannya terbagi menjadi tiga bagian, yaitu teori lokasi yang berorientasi kepada daerah lokasi, teori lokasi yang berorientasi kepada tempat lokasi, dan teori lokasi yang berorientasi kepada keseimbangan spasial. Dari ketiga teori lokasi tersebut kasus penentuan lokasi paling sederhana adalah teori lokasi yang berorientasi kepada tempat lokasi di mana dalam menentukan tempat penyaluran yang akan digunakan sebagai pusat pelayanan pelanggan (Djojodipuro 1992 : 68-69). Adapun lokasi dalam ruang dibedakan antara lokasi absolut dengan lokasi relatif. Lokasi absolut merupakan suatu tempat yang berkaitan dengan posisinya menurut garis lintang dan garis bujur, sedangkan lokasi relatif berkaitan dengan hubungan tempat tersebut dengan faktor-faktor alam atau faktor budaya yang ada disekitarnya (Sumaatmadja, 1988 : 118 – 119). Dalam hal ini pasar yang merupakan tempat di mana pembeli dan penjual hubungan satu sama lain dan

menjadi tukar menukar, sangat perlu mendapat perhatian dalam hal lokasi untuk memperhatikan kegiatan pemasaran.

## **2. Dampak Sosial-Ekonomi**

Pembangunan suatu proyek sejak di dalam perencanaan memang sudah bertujuan untuk meningkatkan sosial-ekonomi, sehingga secara teoritis dampak setiap proyek haruslah positif bagi masyarakat setempat, provinsi, nasional, maupun internasional. Kenyataan yang kita jumpai tidaklah selalu demikian. Masyarakat tingkat provinsi dan nasional mendapatkan dampak positif tetapi masyarakat setempat tidak mendapat atau sedikit sekali mendapat dampak positifnya. Masyarakat setempat bahkan akan menerima dampak negatif secara tidak langsung dari dampak negatif fisiki-kimia, biologi, dan budaya. Maka secara keseluruhan dampak sosial-ekonomi sering menjadi negatif. Itulah sebabnya dalam pengendalian dampak suatu proyek dampak negatif pada fisik-kimia, biologi, dan sosial-budaya dihindari atau dikurangi dan harus diusahakan mencari cara untuk meningkatkan dampak sosial-ekonomi sehingga secara keseluruhan dampak sosial-ekonomi dapat berbentuk positif yang besar.

Menurut Suratmo (2004 : 116) pada sosial-ekonomi terdapat beberapa komponen yang selalu dianggap penting untuk diketahui, diantaranya adalah sebagai berikut :

- a. Pola perkembangan penduduk (jumlah, umur, perbandingan kelamin dan lain sebagainya) ; pola perkembangan penduduk pada masa-masa yang lalu sampai sekarang perlu diketahui
- b. Pola perpindahan : Pola perpindahan ini juga erat hubungannya dengan perkembangan penduduk ; pola perpindahan yang perlu diketahui ialah pola perpindahan ke luar dan masuk ke suatu daerah secara umum, serta pola perpindahan musiman dan tetap.
- c. Pola perkembangan ekonomi : Pola perkembangan ekonomi masyarakat ini erat hubungannya pula dengan pola perkembangan penduduk, perpindahan, keadaan, sumberdaya alam yang tersedia dan sumber pekerjaan yang tersedia.

### **3. Hakikat Relokasi**

Menurut Peter Hagget dalam Bintarto (1991 : 15) Relokasi adalah proses penyebaran keruangan di mana informasi atau material yang di difusikan meninggalkan daerah yang lama dan berpindah atau ditampung di daerah baru.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia oleh Anonim (2007 : 944), relokasi adalah pemindahan tempat.

Relokasi yang dimaksud di sini ialah pemindahan lokasi tempat berjualan dari lokasi lama ke lokasi yang atas pertimbangan estetis. Tempat berjualan para pedagang dipindahkan dari Monumen Nasional Ke Lenggang

Jakarta dan lokasi yang lama dijadikan ruang terbuka hijau yaitu Monumen Nasional.

#### **4. Hakikat Pedagang Kaki Lima**

Pedagang kaki lima menurut An-nat (1983:30), mengemukakan bahwa istilah pedagang kaki lima merupakan peninggalan dari zaman penjajahan inggris. Istilah ini diambil dari ukuran lebar trotoar yang waktu dihitung dengan feet (kaki) yaitu kurang lebih dari 31 cm lebih sedikit, sedang lebar trotoar pada waktu itu adalah kaki atau sekitar 1,5 meter lebih sedikit. Jadi orang berjualan di atas trotoar kemudian disebut pedagang kaki lima. Sedangkan Karafir (1977:4), mengemukakan bahwa pedagang kaki lima adalah pedagang yang berjualan di suatu tempat umum seperti tempat umum seperti tepi jalan, taman-taman, emper-emper toko, dan pasar pasar tanpa atau adanya izin usaha dari pemerintah. Dari kedua pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa pedagang kaki lima adalah ,mereka yang berusaha di tempat tempat umum atau adanya izin dari pemerintah.

Menurut Bromley (dalam Manning dan Tadjuddin, 1996:228) menyatakan bahwa pedagang kaki lima adalah suatu pekerjaan yang paling nyata dan penting di kebanyakan kota di Afrika, Asia, Timur Tengah, atau Amerika Latin. Namun meskipun penting, pedagang kaki lima hanya sedikit saja memperoleh perhatian akademik dibandingkan dengan kelompok pekerjaan utama lain.

Latar belakang seseorang menjadi pedagang kaki lima menurut Alisjahbana (2006:147) adalah karena :

1. Terpaksa : terpaksa karena tidak ada pekerjaan lain, terpaksa karena tidak mendapatkan pekerjaan di sektor informal, terpaksa harus mencukupi kebutuhan hidup diri dan keluarganya, terpaksa karena tidak mempunyai tempat yang layak untuk membuka usaha, dan terpaksa karena tidak mempunyai bekal pendidikan dan modal yang cukup untuk membuka usaha formal.
2. Ingin mencari rejeki yang halal dari pada harus mendadahkan tangan, merampok atau berbuat kriminal lain.
3. Ingin mandiri dan tidak bergantung pada orang lain, termasuk tidak bergantung pada orang tua.
4. Ingin menghidupi keluarga, memperbaiki taraf hidup, bukan hanya sekedar pekerjaan sambilan.
5. Karena di desa sudah sulit mencari penghasilan.

Menurut Gee and Yeung (1977:82-83), jenis dagangan PKL sangat dipengaruhi oleh aktivitas yang ada di sekitar kawasan dimana pedagang tersebut beraktivitas. Misalnya di suatu kawasan perdagangan, maka jenis dagangan yang ditawarkan akan beranekaragam, bisa berupa makanan/minuman, barang kelontong, pakaian, dan lain-lain.

Adapun jenis dagangan yang ditawarkan oleh PKL dapat dikelompokkan menjadi 4 (empat) kelompok utama, yaitu :



1. Makanan yang tidak dan belum diproses, termasuk di dalamnya makanan mentah, seperti daging, buah-buahan, dan sayuran.
2. Makanan yang siap saji, seperti nasi dan lauk pauknya dan juga minuman.
3. Barang bukan makanan, mulai dari tekstil hingga obat-obatan
4. Jasa, yang terdiri dari beragam aktivitas, misalnya tukang potong rambut dan dan lain sebagainya.

Adapun bentuk sarana perdagangan yang digunakan oleh PKL menurut Waworoentoe (1973), dalam Widjajanti, (2003:39-40) adalah sebagai berikut :

1. Gerobak/kereta dorong bentuk sarana ini terdiri dari 2 macam yaitu gerobak/kereta dorong tanpa atap dan gerobak/kereta dorong yang beratap untuk melindungi barang dagangan dari pengaruh cuaca. Bentuk ini dapat dikategorikan dalam bentuk aktivitas PKL yang permanen (*static*) atau semi permanen (*semi static*), dan umumnya dijumpai pada PKL yang berjualan makanan, minuman, dan rokok.
2. Pikulan/keranjang, bentuk sarana perdagangan ini digunakan oleh PKL keliling (*mobile hawkers*) atau semi permanen (*semi static*), yang sering dijumpai pada PKL yang berjualan jenis barang dan minuman. Bentuk ini dimaksudkan agar barang dagangan mudah dibawa atau dipindah tempat.
3. Warung semi permanen, terdiri dari beberapa gerobak/kereta dorong yang diatur sedemikian rupa secara berderet dan dilengkapi dengan kursi dan meja. Bagian atap dan sekelilingnya biasanya ditutup dengan pelindung yang terbuat dari kain plastik, terpal atau lainnya yang tidak tembus air.

Berdasarkan sarana usaha tersebut, PKL ini dapat dikategorikan pedagang permanen (*static*) yang umumnya untuk jenis dagangan makanan dan minuman.

4. Kios, bentuk sarana PKL ini mengatakan papan-papan yang diatur sedemikian rupa sehingga menyerupai sebuah bilik semi permanen, yang mana pedagang yang bersangkutan juga tinggal di tempat tersebut. PKL ini dapat dikategorikan sebagai pedagang menetap (*static*).
5. Gelaran/alas, PKL menggunakan alas berupa tikar, atau lainnya untuk menjajakan dagangannya. Berdasarkan sarana tersebut, pedagang ini dapat dikategorikan dalam aktivitas semi permanen (*semi static*). Umumnya dapat dijumpai pada PKL yang berjualan barang kelontong dan makanan.

Berdasarkan sifat pelayanannya, PKL menurut Gee dan Yeung (1977:82) dapat dikelompokkan menjadi 3 yaitu :

1. Pedagang menetap (*static*).

Pedagang menetap adalah suatu bentuk layanan yang mempunyai cara atau sifat menetap pada suatu lokasi tertentu. Dalam hal ini setiap pembeli atau konsumen harus datang sendiri ke tempat pedagang dimana ia berada. Sarana fisik berdagang dengan sifat seperti ini biasanya berupa kios atau jongko/roda/kereta beratap.

2. Pedagang semi menetap (*semi static*)

Pedagang semi menetap merupakan suatu bentuk layanan pedagang yang mempunyai sifat menetap yang sementara, yaitu hanya pada saat-saat

tertentu saja. Dalam hal ini PKL akan menetap bila ada kemungkinan datangnya pembeli yang cukup besar. Biasanya pada saat bubar bioskop, para pegawai masuk/keluar kantor atau saat ramainya pengunjung di pusat kota. Apabila tidak ada kemungkinan pembeli yang cukup besar, maka pedagang tersebut keliling. Dengan kata lain ciri utama PKL yang memilih pola pelayanan seperti ini adalah adanya pergerakan PKL yang menetap pada suatu lokasi pada periode tertentu, setelah waktu berjualan selesai (pada sore atau malam hari). Adapun sarana fisik yang dipergunakan untuk berdagang berupa kios beroda, jongko atau roda/kereta beratap.

### 3. Pedagang keliling (mobile)

Pedagang keliling yaitu suatu bentuk layanan pedagang yang dalam melayani konsumennya mempunyai sifat yang selalu berusaha mendatangi atau mengejar konsumen. Biasanya pedagang yang mempunyai sifat ini adalah pedagang yang mempunyai volume dagangan yang kecil. Aktivitas PKL dalam kondisi ini ditunjukkan dengan sarana fisik pedagang yang mudah dibawa. Dengan kata lain ciri utama dari unit adalah PKL yang berjualan bergerak dari satu tempat ke tempat lain. Biasanya bentuk sarana fisik perdagangan mereka adalah kereta dorong dan pikulan/keranjang.

Di dalam PERDA No. 17 Tahun 2003 Pasal 1 ayat 6, Pedagang kaki lima adalah pedagang yang menjalankan kegiatan usahanya dalam jangka waktu tertentu dengan mempergunakan sarana/perlengkapan yang mudah dipindahkan, dibongkar pasang dan mempergunakan fasilitas sebagai tempat

usahanya. Pedagang kaki lima atau disingkat PKL adalah istilah untuk menyebut penjaja dagangan yang menggunakan gerobak. Istilah itu sering ditafsirkan demikian karena jumlah kaki pedagangnya ada lima. Lima kaki tersebut adalah dua kaki pedagang ditambah tiga roda kaki gerobak(yang sebenarnya adalah tiga roda atau dua roda dan satu kaki).

Adapun penjelasan dalam UU. No. 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil, disebutkan bahwa usaha kecil (termasuk pedagang kaki lima) merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja memberikan pelayanan ekonomi yang luas kepada masyarakat, dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat serta mendorong pertumbuhan ekonomi dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional pada umumnya dan stabilitas ekonomi pada khususnya. Bahkan pedagang kaki lima, secara nyata mampu memberikan pelayanan terhadap kebutuhan masyarakat yang berpenghasilan rendah, sehingga dengan demikian tercipta suatu kondisi pemerataan hasil-hasil pembangunan. Selain itu kelompok pedagang kaki lima mempunyai potensi yang cukup besar untuk memberikan kontribusi terhadap penerimaan pendapatan asli daerah di sektor penerimaan retribusi daerah sering dengan kebutuhan daerah dalam rangka penyelenggaraan otonomi daerah.

Demikianlah beberapa pembahasan tentang pedagang kaki lima, yang di mana pedagang kaki lima merupakan satu jenis pekerjaan di sektor informal yang mempunyai tempat kerja yang tidak menetap di jalan.

## 5. Hakikat Lokasi Usaha Pedagang Kaki Lima

Menurut Badan Pusat Statistik (2005:15), lokasi usaha pedagang kaki lima terbagi menjadi beberapa kelompok, antara lain :

- a. Lokasi penampungan usah PKL atau Lokasi Binaan (Lokbin) adalah tanah/lahan milik Pemda yang disiapkan oleh Pemerintah Daerah untuk lokasi Pedagang Kaki Lima.

Lokasi penampungan usah PKL meliputi :

1. Tanah/lahan milik Pemerintah Daerah
  2. Luas tanah/lahan yang tersedia minimal 500 meter persegi
  3. Jumlah PKL yang ditampung minimal 50 orang
  4. Bentuk tempat usaha tertutup, separuh tertutup dan separuh terbuka
  5. Tempat usaha maksimal seluas 9 meter persegi
  6. Jenis barang yang diperdagangkan bukan barang-barang terlarang
  7. Tidak mengganggu kelancaran lalu lintas, ketertiban umum, kebersihan, dan keindahan lingkungan
- b. Lokasi usaha sementara usaha PKL adalah prasarana kota, fasilitas sosial, atau fasilitas umum yang ditetapkan Pemerintah Daerah sebagai lokasi usaha PKL. Lokasi sementara usah PKL merupakan lokasi-lokasi yang ditetapkan sesuai Keputusan Gubernur Nomor 1990 Tahun 2005 :
    1. Lokasi merupakan prasarana kota, fasilitas sosial, dan fasilitas umum tertentu
    2. Bentuk usahanya separuh tertutup dan separuh terbuka

3. Jangka waktu usaha selama 1 tahun dan dapat diperpanjang apabila memenuhi persyaratan
  4. Waktu usaha disesuaikan peruntukan prasarana kota, fasilitas kota, dan fasilitas umum
  5. Jenis barang yang diperdagangkan bukan barang terlarang
  6. Tidak mengganggu kelancaran lalu lintas, ketertiban, kebersihan, dan keindahan lingkungan
- c. Lokasi terjadwal usaha PKL adalah prasarana kota, fasilitas sosial, dan fasilitas umum yang ditetapkan oleh Pemerintah Daerah sebagai usaha PKL.

Lokasi terjadwal PKL meliputi :

1. Lokasi merupakan prasarana kota, fasilitas sosial, dan fasilitas umum tertentu
  2. Digunakan pada hari-hari besar keagamaan dan hari besar nasional
  3. Bentuk tempat usaha terbuka
  4. Jangka waktu usaha selama-lamanya satu minggu
  5. Waktu usaha diperuntukan prasarana kota, fasilitas kota dan fasilitas umum
  6. Jenis barang yang diperdagangkan bukan barang terlarang
  7. Tidak mengganggu kelancaran lalu lintas, ketertiban, kebersihan, dan keindahan lingkungan
- d. Lokasi terkendali usaha Pedagang Kaki Lima meliputi :

1. Tanah/lahan milik perorangan/badan
  2. Jumlah PKL yang dapat ditampung minimal 10 orang
  3. Bentuk tempat usaha tertutup, setengah tertutup, dan terbuka
  4. Jenis barang yang diperdagangkan bukan barang terlarang
  5. Tidak mengganggu kelancaran lalu lintas, ketertiban umum, kebersihan, dan keindahan lingkungan
- e. Lokasi tidak resmi usaha Pedagang Kaki Lima adalah lokasi yang ditempati oleh usaha kaki lima selain lokasi usaha kaki lima seperti disebutkan dalam Keputusan Gubernur Nomor 111 Tahun 2004 atau bukan lokasi binaan (lokbin). Usaha yang beroperasi pada titik inilah yang menimbulkan berbagai masalah, antara lain : mengganggu kelancaran lalu lintas, memperburuk citra dan keindahan kota, serta menimbulkan masalah sosial lainnya.

## **6. Karakteristik lokasi Pedagang Kaki Lima**

Pembangunan suatu tempat bagi kegiatan perdagangan sangat tergantung pada lokasi. Begitu pula halnya dengan kemunculnya kegiatan sektor informal. Aktivitas sektor ini akan muncul mendekati lokasi-lokasi strategis, dimana terdapat tingkat kunjungan tinggi. Hal ini berkaitan dengan salah satu fungsi dari pemasaran, yaitu mendekatkan komoditi pada konsumen (*place utility*). Oleh karena itu aktivitas pada kegiatan perdagangan, perkantoran, pendidikan, perumahan, dan lokasi-lokasi strategis lainnya. Adanya kecenderungan penggunaan ruang kota bagi aktivitas usaha PKL ini tidak lepas

dari adanya keberadaan sektor formal di suatu lokasi. Atau dengan kata lain adalah ada interaksi ekonomi antara sektor formal (perkantoran dan pertokoan) dengan sektor informal (PKL). Rachbini dan Abdul (1994:90-91) dalam observasi yang mengenai PKL di Jakarta dan Surabaya menemukan adanya kecenderungan bahwa setiap berdirinya gedung bertingkat di Jalan Sudirman Jakarta dapat disaksikan sejumlah PKL berderet sepanjang jalan. Mereka melayani para karyawan atau pegawai bergaji rendah. Gee dan Young (1977:61) menyatakan bahwa pada umumnya PKL cenderung untuk berlokasi secara mengelompok pada area yang memiliki tingkat intensitas aktivitas yang tinggi, seperti pada simpul-simpul jalur transportasi atau lokasi-lokasi yang memiliki aktivitas hiburan, pasar, maupun ruang terbuka.

Berdasarkan pola penyebarannya, aktivitas PKL menurut Gee dan Yeung (1977:36-37) dapat dikelompokkan dalam 2 pola yaitu :

1. Pola Penyebaran Mengelompok (*Focus Agglomeration*)

Pedagang informal pada tipe ini pada umumnya selalu akan memanfaatkan aktivitas-aktivitas di sektor formal dan biasanya pusat-pusat perbelanjaan menjadi salah satu daya tarik lokasi sektor informal untuk menarik konsumennya. Selain itu pada ujung jalan, ruang-ruang terbuka, sekeliling pasar, ruang-ruang parkir, taman-taman dan lain-lain sebagainya merupakan lokasi-lokasi yang diminati oleh sektor ini. Pola penyebaran seperti ini biasanya oleh adanya pertimbangan aglomerasi, yaitu suatu pemusatan atau pengelompokkan pedagang sejenis atau pedagang yang mempunyai sifat komoditas yang sama



atau saling menunjang. Biasanya dijumpai pada para pedagang makanan dan minuman.

## 2. Pola Penyebaran Memanjang (*Linier Concentration*)

Pada umumnya pola penyebaran memanjang atau *linier concentration* terjadi di sepanjang atau di pinggir jalan utama (*main street*) atau pada jalan yang menghubungkan jalan utama. Dengan kata lain pola perdagangan ini ditentukan oleh pola jaringan jalan itu sendiri. Pola kegiatan linier lebih banyak dipengaruhi oleh pertimbangan aksesibilitas yang tinggi pada lokasi yang bersangkutan. Dilihat dari segi pedagang informal itu sendiri, hal ini sangat menguntungkan, sebab dengan menempati lokasi yang beraksesibilitas tinggi akan mempunyai kesempatan yang tinggi dalam meraih konsumen. Jenis komoditi yang biasa diperdagangkan adalah pakaian, kelontong, jasa reparasi, buah-buahan, rokok/obat-obatan, dan lain-lain. Dari pendapat Mc. Gee dan Yeung tersebut dapat disimpulkan bahwa pola penyebaran PKL dipengaruhi oleh aglomerasi dan aksesibilitas.

Sedangkan menurut penelitian Julissar An-naf (dalam Widodo 2000:31), Ada 12 karakteristik pedagang kaki lima sebagai berikut:

1. Pada umumnya bagi PKL, berdagang di kaki lima adalah sebagai mata pencaharian utama
2. PKL pada umumnya tergolong dalam usia produktif
3. Tingkat pendidikan mereka umumnya relatif rendah

4. Sebagian besar mereka merupakan pendatang dari daerah dan belum memiliki status kependudukan yang sah di kota.
5. Mereka mulai berdagang sudah cukup lama
6. Sebelum menjadi PKL mereka menjadi petani atau buruh
7. Permodalan mereka umumnya sangat lemah dan omset penjualannya juga relatif kecil
8. Umumnya mereka memiliki/mengusahakan modal sendiri dan belum ada hubungan yang baik dengan Bank
9. Kurang mampu memupuk modal
10. Umumnya mereka memperdagangkan bahan pangan, sandang dan kebutuhan sekunder
11. Tingkat pendapatan mereka relatif rendah untuk memenuhi kebutuhan sekunder
12. Pada hakekatnya mereka telah terkena pajak dengan adanya retribusi maupun pungutan-pungutan tidak resmi

Dari gambaran karakteristik pedagang kaki lima di atas dapat disimpulkan, bahwa pedagang kaki lima adalah pedagang yang memiliki modal dan omset yang kecil dengan latar pendidikan yang rendah, cenderung menempati ruang publik (bahu jalan, taman, trotoar) untuk berdagang, usia mereka umumnya berada pada usia produktif dan meskipun berjualan di lokasi yang tidak resmi mereka juga dikenai pungutan/retribusi meskipun sifatnya tidak resmi (suka rela).

Shirvani (1985:37) menyatakan bahwa aktivitas PKL di perkotaan merupakan pendukung aktivitas (*activity support*) dari aktivitas-aktivitas yang ada. Aktivitas-aktivitas tersebut timbul karena adanya aktivitas-aktivitas fungsional kota.

Berdasarkan pemanfaatan ruang, aktivitas sektor informal PKL pada umumnya menempati ruang umum dan ruang privat atau pribadi yang ada. Ruang umum merupakan jenis ruang yang dimiliki pemerintah yang diperuntukkan bagi kepentingan masyarakat luas. Contoh dari ruang umum adalah taman kota, trotoar, ruang terbuka, lapangan, dan sebagainya. Termasuk pula fasilitas-fasilitas atau sarana-sarana yang terdapat di ruang umum tersebut seperti halte, jembatan penyeberangan, dan sebagainya. Sedangkan ruang privat atau pribadi adalah jenis ruang yang dimiliki oleh individu atau kelompok tertentu. Misalnya lahan pribadi yang dimiliki oleh pemilik pertokoan, perkantoran, dan sebagainya. Karena penggunaan ruang-ruang inilah yang akhirnya menimbulkan *conflict of interest*, karena lahan tersebut seharusnya dipergunakan oleh berbagai pihak dengan berbagai kepentingan, tidak saja bagi pelaku sektor informal.

Menurut Bromley (dalam Manning dan Tadjuddin, 1996 : 236) dalam memilih lokasi bagi aktivitas usahanya para pedagang kaki lima akan berusaha untuk selalu mendekati pasar atau pembeli. Mereka akan berusaha agar barang atau jasa yang dijual terlihat oleh pembeli. Oleh karena itu mereka akan memilih lokasi-lokasi yang strategis dan menguntungkan di pusat kota atau di

suatu lokasi yang merupakan lokasi aktivitas masyarakat. Sehingga dapat kita jumpai kehadiran PKL di sekitar lokasi aktivitas perdagangan, pendidikan, perkantoran, dan aktivitas sosial masyarakat lainnya. Dalam teori lokasi juga disebutkan bahwa pedagang kecenderungan untuk berorientasi kepada konsentrasi konsumen dalam menentukan lokasi tempat usaha (Djojodipuro, 1992:30). Ciri atau karakteristik tersebut di atas adalah bagian dari strategis pemasaran. Pemasaran menurut William J. Stanton (dalam Ambarwaty, 2003:50) merupakan suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan, baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Di samping faktor lokasi yang strategis dalam arti dekat dengan keramaian, PKL juga memperhitungkan faktor kedekatan (*proximity*). Pengusaha menjual barang dagangannya harus mendekati konsumen yang memerlukan dagangannya, semakin dekat dengan konsumennya semakin besar kemungkinan membeli barang yang diperlukan (Djojodipuro, 1992:30). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa bagi pedagang ada kecenderungan dalam menentukan lokasi usahanya untuk berorientasi kepada kedekatan konsumen agar konsumen lebih mudah untuk menjangkau lokasi tersebut.

Adapun menurut Rachbini dan Abdul Hamid (1994:101) berdasarkan hasil penelitiannya mengenai PKL di Jakarta dan Surabaya mengemukakan bahwa ada korelasi yang tinggi antara tingkat mobilitas tempat

usaha dengan mobilitas tempat tinggal. Artinya mobilitas tempat tinggal terjadi karena mobilitas tempat usaha dan bukan sebaliknya. Massa pedagang dan jasa informal harus mengikuti dan bertempat tinggal dimana saja dan kemana gerobak alat dagangannya itu akan dipangkalkan. Mereka harus dekat dengan tempat usahanya, jika tidak mereka akan dililit oleh masalah ongkos transportasi dan kesulitan-kesulitan lain yang menyangkut cara membawa dan menyimpan alat-alat usahanya. Maka dapat dikatakan bahwa lokasi pedagang kaki lima tidak jauh dari tempat tinggalnya.

Dalam teori lokasi yang mengemukakan tentang transportasi disebutkan bahwa penting untuk menentukan lokasi sedemikian sehingga diperoleh biaya angkutan yang minimum (Djojodipuro, 1992:30). Hal ini berkaitan pula dengan ketersediaan sarana transportasi, baik bagi PKL bersangkutan maupun bagi pembeli/konsumen. Aktivitas perekonomian kota umumnya merupakan tempat.

## **7. Kriteria Pedagang Kaki Lima**

Menurut Andriansyah, (2004:55-57) dalam kaitannya penataan PKL ini diterapkan kriteria pengelompokan PKL sebagai berikut :

1. PKL *Liar* atau PKL *Baru*, sebagai kelompok PKL yang tidak jelas statusnya serta tidak pasti lokasi usahanya (biasanya berpindah-pindah dengan cepat), dan kegiatan usahanya relatif baru. Kelompok ini dikenali banyak menimbulkan masalah, ditinjau dari sisi ketertiban umum maupun keamanan disamping dari sisi ketidakpatuhan menuruti ketentuan yang ada. Mereka

berkemampuan cepat memanfaatkan untuk berdagang/berjualan di lokasi-lokasi yang diperuntukan sebagai fasilitas sosial dan fasilitas umum. Mereka itu lebih banyak memanfaatkan kemudahan yang ada di lokasi bersangkutan, disamping berupaya mendekati (mengejar) pembeli atau pasarnya. Lokasi usaha yang digunakan umumnya tidak didukung oleh lingkungan yang positif, karena memang bukan untuk peruntukannya. Mereka juga dikenal sebagai *PKL tidak resmi*, karena selain tidak terdaftar juga tidak berada pada lokasi yang diperuntukan.

2. PKL resmi, adalah PKL yang berusaha di lokasi usaha milik PEMDA DKI Jakarta secara resmi (diputuskan oleh Gubernur, kode lokasi PKL: JP (Jakarta Pusat), JS (Jakarta Selatan), JT (Jakarta Timur), JU (Jakarta Utara), dan JB (Jakarta Barat). Di sisi lain ada PKL terkendali, adalah PKL yang umumnya PKL yang diketahui berusaha di lokasi-lokasi bukan peruntukannya, hanya saja dapat diatur (dikendalikan) baik oleh PEMDA (untuk lokasi fasum dan fasos tertentu) maupun oleh pemilik lokasi bersangkutan (lokasi yang terbuka atau pelantaran parkir serta lokasi khusus yang disediakan). Mereka relatif mapan, walaupun bagi kelompok PKL terkendali harus siap untuk dipindahkan. Umumnya tingkat kualitas usahannya berada pada proses pertumbuhan usaha, selaras dengan pengalaman yang dimiliki serta potensi usahanya. Namun demikian tidak jarang masih ada sebagian dari mereka yang melanggar tata tertib, keamanan dan tidak mematuhi ketentuan dengan berbagai alasan.

3. PKL *lokbin*, berdasarkan kenyataan sebenarnya sudah bukan tergolong PKL lagi (menurut rumusan pengertian PKL yang perlu ditata dan diatur), karena secara resmi mereka telah berada di lokasi-lokasi binaan (SK Gubernur) dan memiliki potensi usaha relatif mapan. Mereka telah berhasil menikmati fasilitas pemerintah dan fasilitas milik swasta lain. Karena itu wajar kalau mereka ikut juga dilibatkan dalam menanggung pembiayaan lokasinya (kalau mungkin dikembangkan ikut menangani penataan PKL lainnya), dengan melalui retribusi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

## **8. Hakikat pendapatan**

Menurut Kadariah (1993:23) menyebutkan bahwa pendapatan terdiri dari penghasilan berupa upah atau gaji, bunga, sewa, dividen dan keuntungan. Pendapatan merupakan suatu arus uang yang di ukur dalam suatu angka waktu seminggu, sebulan, setahun atau waktu yang lebih lama di mana orang memperoleh pendapatan dari bekerja.

Winardi (1998:245), Pendapatan atau *income* seperti digunakan dalam ilmu ekonomi teoritika adalah hasil berupa uang atau hasil materi lainnya yang dicapai dari penggunaan kekayaan atau jasa-jasa manusia bebas. Sedangkan pendapatan perorangan atau *personal income* adalah pendapatan total individu-individu dari semua sumber (Winardi, 1998:363).

Sadono (2000:43) mendefinisikan pendapatan pribadi atau pendapatan individu adalah pendapatan yang diterima seluruh rumah tangga dalam

perekonomian dari pembayaran atas penggunaan faktor-faktor yang dimilikinya dan dari sumber lain.

Samuelson dan William (1994:214) menyatakan bahwa pendapatan menyangkut total uang yang diperoleh atau terkumpul dalam suatu periode. Pendapatan adalah arus uang upah, gaji, pengembalian dari barang tak bergerak dan transfer yang diterima dalam suatu periode.

Dalam hal ini pendapatan juga diartikan sebagai pendapatan bersih seseorang baik berupa uang atau natura yang diperoleh. Secara umum pendapatan dapat digolongkan menjadi tiga yaitu :

1. Gaji dan Upah

Yaitu suatu imbalan yang diperoleh seseorang setelah melakukan suatu pekerjaan untuk orang lain, perusahaan swasta atau pemerintah.

2. Pendapatan dari kekayaan

Yaitu pendapatan dari usaha sendiri

3. Pendapatan dari sumber lain

Yaitu pendapatan yang diperoleh tanpa mencurahkan tenaga kerja antara lain penerimaan dari pemerintah, asuransi pengangguran, menyewa, aset, bunga bank, serta sumbangan dalam bentuk lain. (Samuelson dan William 1995:250)

Menurut BPS 2009, Tingkat pendapatan penduduk dapat digolongkan menjadi empat yaitu :



1. Golongan pendapatan rendah adalah jika pendapatan rata-rata kurang dari Rp 500.000,00 per bulan
2. Golongan pendapatan sedang adalah jika pendapatan rata-rata antara Rp 500.000,00 s/d Rp 999.999,- per bulan
3. Golongan pendapatan tinggi adalah jika pendapatan rata-rata antara Rp 1.000.000,00 s/d Rp 1.499.999,- per bulan
4. Golongan pendapatan sangat tinggi adalah jika pendapatan rata-rata lebih dari Rp 1.500.000,00,- per bulan

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang (menurut jurnal neo-bis oleh Asmie Poniewati, Volume 2, No. 2, Desember 2008) dalam [www.lippi.go.id](http://www.lippi.go.id) yaitu :

1. Pengalaman berusaha

Yaitu lamanya seorang pelaku perdagangan menekuni bidang usahanya akan mempengaruhi kemampuannya dalam berdagang. Semakin lama menekuni bidang usaha perdagangan akan makin meningkat pengetahuan tentang selera ataupun perilaku konsumen. Keterampilan berdagang makin bertambah dan semakin banyak pula relasi bisnis maupun pelanggan yang berhasil dijaring.

2. Modal Usaha

Yaitu merupakan kebutuhan utama bagi pedagang dalam melakukan kegiatan usahanya baik pada saat awal memulai usaha, pada saat pengembangan usaha maupun pada saat penurunan usaha. Modal awal

berfungsi dalam pembelian peralatan (*Capital goods*), seperti tempat untuk berdagang dan peralatan-peralatan penunang lainnya. Selanjutnya, modal kerja (*Capital Working*) diperlukan untuk menjalankan kegiatan usaha seperti pembelian bahan/ barang dagangan dan biaya-biaya lainnya. Modal yang relatif besar akan memungkinkan suatu unit penjualan menambah variasi komoditas dagangannya. Dengan cara ini berarti akan makin memungkinkan diraihnya pendapatan yang lebih besar.

### 3. Pola Kegiatan Usaha

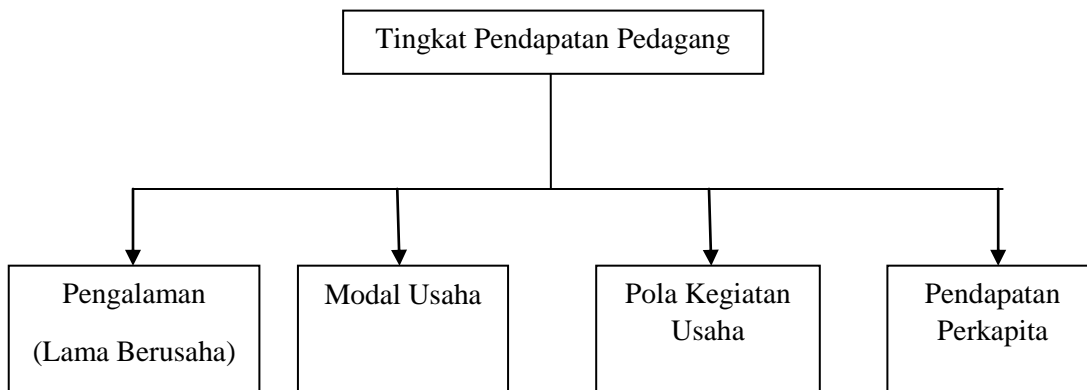
Selain faktor modal, tingkat pendapatan ditentukan oleh pola kegiatan usaha yang dilakukan oleh pedagang yang bersangkutan. Pola tersebut terdiri dari tiga aspek yakni faktor jarak dengan usaha sejenis, penggunaan tenaga kerja, dan jam kerja. Setiap penambahan waktu operasi akan makin membuka peluang bagi tambahnya omzet penjualan. Jam kerja para pedagang sangatlah bervariasi, antara pedagang yang satu dengan pedagang yang lain terkadang tidak sama. Hal ini disebabkan karena para pedagang memiliki kebebasan penuh dalam menjalankan usahanya.

Penggunaan tenaga kerja dapat pula meningkatkan jumlah pendapatan pedagang, dengan tambahan jumlah tenaga kerja akan memungkinkan adanya pelayanan yang lebih baik kepada konsumen, baik dalam arti kualitas maupun kuantitas pelayanan. Melalui cara ini maka akan dapat menarik jumlah pelanggan yang lebih banyak dan lebih memungkinkan terpeliharanya loyalitas pelanggan.

#### 4. Pendapatan per kapita

Dasar perhitungan untuk mengetahui pendapatan per kapita anggota keluarga adalah dengan menghitung rata-rata pendapatan bersih hasil usaha yang diterima setiap bulan dibagi dengan jumlah anggota keluarga yang menjadi tanggungan kepala keluarga untuk berbagai keperluan misalnya biaya makan, pendidikan, kesehatan, dan biaya-biaya lain.

Gambar tentang faktor-faktor yang berpengaruh terhadap pendapatan pedagang :



**Gambar 1. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang**

## B. Penelitian Relevan

**Tabel 1. Penelitian Relevan**

No	Peneliti	Judul	Metode	Hasil
1	Ismy Pridewita Purba (2013)	Pengaruh Lokasi Pedagang Kaki Lima Terhadap Pendapatan (Perbandingan antara Kelurahan Kebon Bawang dan Kelurahan Warakas) Kecamatan Tanjung Priok Jakarta Utara	Deskriptif Kuantitatif dengan Pendekatan Survey	Secara empirik telah terbukti bahwa hasil pendapatan yang diperoleh pedagang kaki lima dengan keberadaan kondisi lokasi maka terlihat bahwa lokasi II lebih tinggi dibandingkan lokasi I yang mempunyai hasil pendapatan yang lebih rendah.
2.	M. Fajar Anugrah	Profil Pedagang Kaki Lima di Pasar Tradisional Kramat Jati yang Menyebabkan Kemacetan (Kasus Jalan Raya KM. 19 Kramat Jati Jakarta Timur	Metode Deskriptif dengan Analisis Deskriptif	Pedagang Kaki Lima di Pasar Tradisional Kramat Jati yang menyebabkan kemacetan lalu lintas di jalan raya Bogor KM. 19 adalah pedagang kaki lima liar yang tidak memiliki izin resmi dari suku dinas UMKM Jakarta Timur untuk melakukan aktivitas kaki lima yang tidak sesuai dengan waktu ditentukan menggunakan sarana berdagang gelaran, meja/jongko, dan tenda sudah memulai melakukan aktivitas kaki lima dengan membawa gerobak disaat jam padat arus lalu lintas (pada pagi hari pukul 06.00 – 09.00), (pada sore hari pukul 16.00 – 21.00) dan sudah menetap sejak puluhan tahun.

No	Peneliti	Judul	Metode	Hasil
1	Linda Mutiara Ayu (2015)	Kondisi pedagang Kaki Lima Pasar Tanah Abang Pasca Relokasi ke Pasar Blok G Kebon Jati Jakarta Pusat	Gabungan (Kualitatif dan Kuantitatif dengan Triangulasi)	Relokasi pedagang kaki lima Blok G Kebon Jati Jakarta Pusat menimbulkan banyak perubahan, terutama untuk pedagang yang menempati lantai 2 dan lantai 3 diantaranya adalah perubahan frekuensi berdagang selama 1 minggu, jam buka dan tutup usaha, dan jumlah konsumen setiap harinya. Selain jumlah barang yang disediakan pedagang rutinitas pedagang dalam mengganti variasi barang, harga barang yang ditawarkan pedagang konsumen, cara pengadaan barang, dan cara promosi yang dilakukan.

Beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian ini adalah :

1. Penelitian yang relevan telah dilakukan oleh Ismy Pridewita Purba (2013), yang berjudul “Pengaruh Lokasi Pedagang Kaki Lima Terhadap Pendapatan (Perbandingan antara Kelurahan Kebon Bawang dan Kelurahan Warakas) Kecamatan Tanjung Priok Jakarta Utara. Dengan menggunakan metode Deskriptif Kuantitatif dengan Pendekatan Survey. Hasil penelitian secara empirik telah terbukti bahwa hasil pendapatan yang diperoleh pedagang kaki lima dengan keberadaan kondisi lokasi maka terlihat bahwa lokasi II lebih tinggi dibandingkan lokasi I yang mempunyai hasil pendapatan yang lebih rendah.

2. Penelitian yang relevan yang telah dilakukan oleh M. Fajar Anugrah (2015), yang berjudul “ Profil Pedagang Kaki Lima di Pasar Tradisional Kramat Jati yang Menyebabkan Kemacetan (Kasus Jalan Raya KM. 19) Kramat Jati Jakarta Timur. Dengan menggunakan metode deskriptif dengan analisis deskriptif. Hasil Penelitian Pedagang Kaki Lima di Pasar Tradisional Kramat Jati yang menyebabkan kemacetan lalu lintas di jalan raya Bogor KM. 19 adalah pedagang kaki lima liar yang tidak memiliki izin resmi dari suku dinas UMKM Jakarta Timur untuk melakukan aktivitas kaki lima yang tidak sesuai dengan waktu ditentukan menggunakan sarana berdagang gelaran,meja/jongko, dan tenda sudah memulai melakukan aktivitas kaki lima dengan membawa gerobak disaat jam padat arus lalu lintas (pada pagi hari pukul 06.00 – 09.00),(pada sore hari pukul 16.00 – 21.00) dan sudah menetap sejak puluhan tahun.

3. Penelitian yang relevan yang telah dilakukan oleh Linda Mutiara Ayu (2015), yang berjudul “ Kondisi Pedagang Kaki Lima Pasar Tanah Abang Pasca Relokasi ke Pasar Blok G Kebon Jati Jakarta Pusat. Dengan menggunakan metode gabungan (kualitatif dan kuantitatif dengan triangulasi. Hasil penelitian Relokasi pedagang kaki lima Blok G Kebon Jati Jakarta Pusat menimbulkan banyak perubahan, terutama untuk pedagang yang menempati lantai 2 dan lantai 3 diantaranya adalah perubahan frekuensi berdagang selama 1 minggu, jam buka dan tutup usaha, dan jumlah konsumen setiap harinya. Selain jumlah barang yang disediakan pedagang rutinitas pedagang dalam

mengganti variasi barang, harga barang yang ditawarkan pedagang konsumen, cara pengadaan barang, dan cara promosi yang dilakukan.

### **C. Kerangka Berpikir**

Pesatnya pertumbuhan penduduk di kota, menyebabkan pemenuhan akan kesempatan kerja secara terbatas pada sektor formal. Sektor informal merupakan sektor yang dianggap mampu menampung kesempatan kerja yang tinggi.

Munculnya sektor informal disebabkan oleh dua faktor yaitu kemiskinan di pedesaan yang kurang menyediakan pekerjaan, mendorong perpindahan penduduk dari desa ke kota dimana mereka tidak memiliki ketrampilan dan pendidikan yang cukup untuk bekerja di sektor formal sehingga mereka hanya bisa menjangkau sektor informal.

Pedagang kaki lima merupakan bagian dari sektor informal yang menjadi masalah yang turun temurun di kota. Hal ini karena tempat yang digunakan oleh para pedagang kaki lima berada diatas trotoar, badan jalan maupun ruang publik kota yang dianggap tidak legal. Untuk itu pemerintah melakukan penataan dan pembinaan pedagang kaki lima melalui kegiatan relokasi.

Masalah pedagang kaki lima Kota Jakarta juga menjadi perhatian utama pemerintah daerah seiring dengan munculnya kebijakan relokasi. Relokasi tidak hanya sekedar pemindahan fisik saja, tetapi juga pemindahan aktivitas sektor

informal untuk membentuk satu aktivitas perdagangan yang baru dan menarik hati masyarakat. Permasalahan pedagang kaki lima juga tidak dapat berhenti dan teratasi hanya dengan relokasi karena masalah pedagang kaki lima juga dapat muncul setelah relokasi. Setiap permasalahan pedagang kaki lima di berbagai kota memiliki tindakan dan perlakuan yang berbeda tergantung pada karakter dan masalah dari pedagang kaki lima di wilayah tersebut. Relokasi menyebabkan berbagai jenis pedagang kaki lima dalam jumlah yang cukup besar berkumpul menjadi satu kawasan perdagangan. Hal ini merupakan salah satu potensi yang dapat digunakan untuk menggerakkan roda perekonomian usaha kecil. Berkumpulnya pedagang kaki lima dalam satu tempat akan membentuk sebuah sentra atau pusat aktivitas sektor informal yang dapat mendukung pengembangan wilayah. Sehingga, perlu dilakukan evaluasi penataan pedagang kaki lima kawasan Monumen Nasional dengan memperhatikan pada kondisi perubahan pedagang kaki lima pasca relokasi dan keberlanjutan dari pengembangan sentra aktivitas sektor informal





**Gambar 2. Alur Kerangka Berpikir**

### **BAB III**

#### **METODOLOGI PENELITIAN**

##### **A. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui Pengaruh Relokasi Tempat Berjualan Terhadap Pendapatan (Kasus Relokasi Pedagang Kaki Lima dari Monumen Nasional Ke Lenggang Jakarta).

##### **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di tempat Lenggang Jakarta Monumen Nasional Jakarta Pusat. Penelitian ini diharapkan akan dapat diselesaikan mulai dari Observasi Sampai Pengumpulan data.

##### **C. Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif dengan pendekatan survei. Kuesioner digunakan sebagai alat pengumpul data. Kuesioner pada penelitian ini bertujuan untuk memperoleh informasi.

##### **D. Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah semua pedagang kaki lima yang berjualan di Lenggang Jakarta, Kecamatan Gambir Jakarta Pusat dengan jumlah responden sebanyak 339 responden.

Metode yang dipakai untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah metode *Purposive sampling* dengan membatasi pada kriteria-kriteria yang ditentukan sebagai berikut :

- Lokasi pedagang kaki lima yang diteliti adalah para pedagang yang telah direlokasi dari Monumen Nasional ke Lenggang Jakarta
- Pedagang yang menjadi responden adalah mereka yang sudah berjualan di atas 10 tahun lebih.
- Jenis dagangan di jual di area tersebut adalah pakaian dan kuliner.
- Responden yang menjadi sumber penelitian adalah para pedagang yang berjualan mulai pagi sampai malam mulai pukul 09.00 sampai dengan 22.00 WIB.
- Sampel 76 responden

#### **E. Instrumen Penelitian**

Instrumen Penelitian ini menggunakan kuesioner atau angket dengan memberikan pertanyaan dan jawaban yang mudah dimengerti responden, dalam pengisian responden ini dapat pula dilakukan dengan angket untuk memudahkan masyarakat dalam mengisi kuesioner.

Adapun aspek utama dalam pembuatan kuesioner adalah sebagai berikut:

1. Identitas responden
2. Kondisi Ekonomi sebelum Relokasi
3. Kondisi Ekonomi sesudah Relokasi
4. Kondisi sosial

## 5. Kebijakan relokasi

**Tabel 2. Kisi-kisi Kuesioner dan Sebaran Butir soal**

<b>Aspek</b>	<b>Indikator</b>	<b>Sub Indikator</b>	<b>No. Butir</b>
1. Identitas Responden		1. Nama Lengkap 2. Jenis Kelamin 3. Usia 4. Agama 5. Pendidikan Terakhir 6. Jenis Dagangan	
2. Kondisi Ekonomi (sebelum relokasi)	a. Keadaan Tempat Berjualan Sebelum Relokasi	1. Sumber modal berdagang 2. Harga sewa tempat usaha 3. Kondisi tempat ibadah yang tersedia 4. Lama bekerja sebagai pedagang 5. Jam operasional usaha 6. Cara memperoleh bahan baju atau makanan 7. Sistem pembayaran dagangan 8. Jumlah jam kerja 9. Jumlah hari kerja	1 2 3 4 5 6 7 8 9

<b>Aspek</b>	<b>Indikator</b>	<b>Sub Indikator</b>	<b>No. Butir</b>
3. Kondisi Ekonomi (sesudah relokasi)	b. Penghasilan per bulan sebelum relokasi	10. Alat transportasi yang digunakan	10
		11. Kelayakan fasilitas di tempat berjualan	11
	c. Pengeluaran per bulan sebelum relokasi	12. Penghasilan penjualan per bulan	12
		13. Pengeluaran penjualan per bulan	13
	a. Keadaan tempat berjualan sesudah relokasi	14. Sumber Modal berdagang	14
		15. Harga sewa tempat usaha	15
		16. Cara memperoleh bahan baju atau makanan	16
		17. Sistem pembayaran bahan dagang	17
		18. Jumlah jam kerja	18
		19. Jumlah hari kerja	19
		20. Alat transportasi yang digunakan	20
	b. Penghasilan per bulan	21. Kelayakan fasilitas di tempat berjualan	21
		22. Penghasilan penjualan per bulan	22
c. Pengeluaran per bulan sesudah relokasi	23. Pengeluaran penjualan per bulan	23	

<b>Aspek</b>	<b>Indikator</b>	<b>Sub Indikator</b>	<b>No. butir</b>
4. Kondisi Sosial	a. Pengembangan lokasi	24. Pengembangan lokasi setelah relokasi	24
	b. Kegiatan sosial	25. Tindakan pengembangan lokasi dari pihak pengelola	25
		26. Kebijakan relokasi (pemindahan lokasi)	26
		27. Pengamatan tempat berdagang	27
5. Kebijakan Relokasi	a. Penilaian pedagang	28. Jumlah pembeli setelah relokasi	28
		29. Jumlah toilet yang tersedia di Lenggang Jakarta	29
		30. Kebijakan yang seharusnya dilakukan pengelola mengenai pengembangan tempat berjualan	30

#### **F. Teknik Pengumpulan Data**

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri atas dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Pengambilan data diawali dengan data primer yang diperoleh dengan menggunakan teknik survei, wawancara dengan menggunakan kuesioner serta dokumentasi. Adapun langkah-langkah pengumpulan data primer dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1. Observasi

Observasi dilakukan untuk mengetahui kemajuan pedagang setelah dipindahkan ke lokasi baru yaitu Lenggang Jakarta

### 2. Angket

Angket digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dimana responden dapat mengisi jawaban yang telah disediakan sehingga responden tinggal memilih.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi di dapat dari lapangan langsung bertujuan untuk mengetahui kemajuan, keaktifan, untung rugi setelah berada di lokasi baru. Sementara data sekunder yang dijadikan sebagai data pelengkap diperoleh dengan cara mengumpulkan berbagai informasi data dari berbagai instansi terkait dan pengelola pasar.

## **G. Teknik Pengolahan dan Analisis Data**

Pengolahan data penelitian yang telah terkumpul akan diolah dengan cara deskripsi hasil angket, hasil wawancara, pengamatan di lapangan dan data sekunder yang telah didapatkan.

## **H. Definisi Operasional**

Definisi operasional dalam penelitian ini adalah pedagang kaki lima Lenggang Jakarta yang terdiri dari dua kelompok pedagang kaki lima yaitu pedagang kuliner dan non kuliner, dan pedagang jenis makanan dan souvenir. Pengertian karakteristik sosial ekonomi adalah kondisi sosial ekonomi yang dirasakan oleh pedagang kaki lima setelah relokasi tempat berjualan. Pedagang merupakan responden dalam penelitian ini merupakan pedagang kaki lima yang

direlokasi dari Monumen Nasional ke Lenggang Jakarta. Kegiatan berdagang merupakan kegiatan yang dilakukan pedagang setiap harinya menyangkut dengan frekuensi berdagang, jam buka dan tutup usaha, (jam kerja berdagang), jumlah konsumen yang datang dan berbelanja setiap harinya dan penghasilan dan pengeluaran pedagang setiap per bulannya.



## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Deskripsi Wilayah**

##### **1. Deskripsi Lokasi Penelitian di Lenggang Jakarta Jakarta Pusat**

Wilayah Kotamadya Jakarta Pusat terletak antara 106.22',42'' BT sampai dengan 106.58', 18'' dan 5,19' 12'' LS. Lokasi ini termasuk dataran rendah sekitar 4 meter di atas permukaan laut. Jakarta Pusat memiliki luas 48,15 kilometer persegi dan merupakan wilayah yang berada ditengah – tengah Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta. sebagai jantung kota wilayah ini memiliki karakteristik khusus sebagai pusat pemerintahan nasional, pusat perdagangan dan ekonomi.

Lenggang Jakarta dibangun sebagai rumah baru bagi PKL yang telah lama berdagang di dalam Kawasan Ikatan Restoran dan Taman Indonesia. Lenggang Jakarta juga merupakan usaha agar kawasan ini dapat tujuan wisata yang senantiasa bersih, rapih dan nyaman sehingga masyarakat Jakarta serta wisatawan yang datang ke Jakarta dapat menikmati aneka kuliner nusantara serta berbelanja aneka cenderamata di tempat layak.

Untuk menuju Lenggang Jakarta ini tidak terlalu sulit karena letaknya yang berada di pinggir jalan raya utama yaitu Merdeka Selatan yang merupakan salah satu jalan utama menuju kawasan Monumen Nasional. Fasilitas yang ada

di Lenggang Jakarta ada tempat permainan anak – anak, *ATM Center*, musholla, tempat parkir yang luas dan toilet yang bersih.

## B. Deskripsi Hasil Penelitian

### 1. Identitas Responden

#### 1.1 Jumlah Responden Menurut Usia

Rincian umur dari responden di Lenggang Jakarta dapat dikelompokkan menjadi tujuh kelompok umur yang dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 3. Jumlah Responden Menurut Usia**

No.	Kelompok Usia (Tahun)	Frekuensi	Persentase
1.	21 – 25	9	11,84
2.	26 – 30	15	19,74
3.	31 – 35	6	7,97
4.	36 – 40	7	9,21
5.	41 – 45	19	25
6.	46 – 50	15	19,74
7.	>51	5	6,58
	Jumlah	76	100

*Sumber: Hasil Penelitian 2017*

Kelompok usia responden di Lenggang Jakarta mempunyai rentangan usia yang paling muda berada kelompok usia 21 – 25 tahun, dan merupakan responden paling muda dengan 11,84% dari total keseluruhan. Untuk kelompok usia yang paling tua berada pada kelompok usia lebih dari 51 tahun dan merupakan responden yang paling sedikit jumlahnya yaitu 5 orang responden atau sebesar 6,58%. Sedangkan jumlah responden yang paling banyak berada pada kelompok umur 41 – 45 sebanyak 19 responden atau sebesar 25%.

## 1.2 Tingkat Pendidikan Terakhir Responden

Dari data yang dihasilkan dalam penelitian ternyata dapat diketahui bahwa seluruh responden pedagang tingkat pendidikannya atau jenjang sekolah yang ditamatkannya sangat bervariasi dari tamat SD hingga ke jenjang Perguruan Tinggi. Untuk lebih jelas maka data jenjang sekolah dapat dilihat pada table berikut :

**Tabel 4. Tingkat Pendidikan Terakhir Responden**

No.	Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase
1.	Tamat SD	11	14,44
2.	Tamat SMP	10	13,12
3.	Tamat SMA	49	64,47
4.	Tamat Perguruan Tinggi	6	7,97
	Jumlah	76	100

*Sumber: Hasil Penelitian 2017*

Berdasarkan tabel 4, dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan para responden terdapat 11 orang yang tamat SD atau sekitar 14,44% yang tidak menyelesaikan wajib belajar 9 tahun dan 10 orang atau 13,12% yang menyelesaikan wajib belajar 9 tahun. Serta 49 orang atau 64,47% responden telah lulus tingkat pendidikan SMA, serta yang mencapai tingkat jenjang yang lebih tinggi yaitu perguruan tinggi mencapai 6 orang atau 7,97% responden.

Responden lebih memilih untuk langsung bekerja ketimbang melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi. Bisnis kuliner dan non kuliner memang salah satu bisnis yang berpotensi untuk menghasilkan pendapatan yang tinggi. Sehingga responden berpendapat asal bias menyelesaikan pendidikan dasar dan

menengah saja itu sudah cukup untuk menggeluti bisnis ini. Kesadaran akan pentingnya pendidikan masih belum tertanam kuat bagi para responden.

Sehingga dapat dilihat bahwa jumlah kelompok umur berada pada rata – rata usia produktif (19 – 64 tahun) dengan jumlah persentase pada tabel 1.1 . Hal ini menunjukkan tingkat keterserapan usia produktif sangat tinggi.

### 1.3 Agama

Agama merupakan kebutuhan yang paling mendasar dan menjadi pedoman hidup manusia. Pada penelitian ini agama yang dianut oleh responden adalah Islam yaitu sebanyak 100 %.

## C. Kondisi Ekonomi Sebelum dan Sesudah Relokasi

### a. Sumber Modal Responden

Sumber modal menjelaskan dari mana saja responden memperoleh modal untuk berjualan baik di lokasi lama maupun baru. Untuk lebih lengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 5 . Sumber Modal Responden Sebelum dan Sesudah Relokasi**

No	Sumber Modal	Sebelum Relokasi		Sesudah Relokasi	
		Frekuensi	%	Frekuensi	%
1	Modal Sendiri	54	71,05	48	63,12
2	Pinjaman Dari Keluarga	4	5,26	4	5,26
3.	Pinjaman dari orang lain	6	7,89	10	13,16
4.	Modal Sendiri dan Pinjaman	12	15,8	14	18,46
	Jumlah	76	100	76	100

*Sumber: Hasil Penelitian 2017*

Berdasarkan Tabel 5. disimpulkan telah terjadi penurunan dalam kelompok responden yang sumber modalnya berasal dari diri sendiri. Sebelum relokasi terjadi, responden yang sumber modalnya sendiri sebesar 71,05 dan sesudah relokasi menjadi sebesar 63,12 %. Sebaliknya pada kelompok pinjaman dari pihak lain dan modal sendiri dan pinjaman terjadi peningkatan. Untuk pinjaman dari pihak lain meningkat dari 7,89% menjadi 13,16% sedangkan modal sendiri dan pinjaman meningkat dari 15,8% menjadi 18,46%.

#### **b. Harga Sewa Tempat Usaha Per Bulan Responden**

**Tabel 6. Harga Sewa Tempat Usaha Per Bulan Responden**

No	Harga Sewa Tempat Usaha (Rp)	Sebelum Relokasi		Sesudah Relokasi	
		Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
1.	< 500.000	10	17	60	100
2.	500.000 – 1.500.000	44	73	0	0
3.	1.500.000 – 2.500.000	5	8	0	0
4.	> 2.500.000	1	2	0	0
	Jumlah	60	100	60	100

*Sumber: Hasil Penelitian 2017*

Berdasarkan tabel 6, sebelum relokasi sebanyak 44 orang (73%) mengatakan bahwa harga sewa tempat yang dibayarkan setiap bulannya yaitu Rp. 500.000 – Rp. 1.500.000. Sedangkan setelah relokasi seluruh responden yaitu 60 orang (100%) mengatakan bahwa harga sewa tempat di Lenggang Jakarta hanya < Rp. 500.000. Nominal tersebut merupakan hasil akumulasi dari retribusi harian untuk kebersihan dan keamanan sebesar Rp. 4.000 dan

dipotong 10 % hingga 20% untuk patungan pembayaran listrik yang kemudian dikalikan dengan harga untuk jenis barang dagangan, luas tempat usaha, hari operasional berdagang di Lenggang Jakarta. Untuk pembayaran uang sewa tempat usaha di Lenggang Jakarta ini sudah menggunakan sistem CMS (*Cash Management System*) yaitu dengan autodebet yang dilakukan bank setiap bulannya kepada seluruh pedagang yang memiliki tempat usaha di Lenggang Jakarta. Dengan sistem seperti ini maka tidak ada pedagang yang tidak membayar uang sewa berdagang setiap bulannya.

### c. Jam Buka dan Tutup Usaha Responden

**Tabel 7. Jam Buka dan Usaha Responden**

No.	Jam Buka dan Tutup Usaha	Sebelum Relokasi		Sesudah Relokasi	
		Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
1.	07.00 - 19.00	2	3	11	18
2.	07.00 - 20.00	9	15	12	20
3.	07.00 - 21.00	20	33	20	33
4.	07.00 - 22.00	29	49	17	29
	Jumlah	60	100	60	100

*Sumber: Hasil Penelitian 2017*

Berdasarkan Tabel 7, terjadi perubahan jumlah kerja atau jam buka dan tutup usaha yang dilakukan responden. Sebelum relokasi sebanyak 29 orang (49%) membuka dan menutup usahanya pada 07.00 – 22.00 (jam kerja sekitar 15 jam) dimana itu merupakan awal dan paling akhir bagi pedagang kaki lima untuk berdagang di kawasan Lenggang Jakarta. Sedangkan setelah relokasi sebanyak 20 orang (33%) menutup lebih cepat usahanya yaitu pukul 21.00.

Untuk pedagang kuliner dan souvenir dari pihak pengelola Lenggang Jakarta membuat peraturan untuk pedagang yaitu pembatasan jam buka dan tutup usaha yaitu dari jam 07.00 – 21.00. Setelah itu petugas keamanan akan menutup akses menuju kawasan Monumen Nasional.

#### **d. Lama Berjualan Responden**

Lama tahun berjualan dari responden di Lenggang Jakarta dapat dikelompokkan menjadi lima kelompok tahun yang dapat dilihat sebagai berikut :

**Tabel 8. Lama Berjualan Responden**

No.	Lama Berjualan (Tahun)	Frekuensi	Persentase
1.	5 – 9	16	21,05
2.	10 – 14	41	53,94
3.	15 – 19	12	15,80
4.	20 – 24	5	6,58
5.	>25	2	2,63
	Jumlah	76	100

*Sumber: Hasil Penelitian 2017*

Dari tabel 8, dapat dilihat kelompok pedagang yang lama berjualan 10 – 14 tahun merupakan kelompok yang paling banyak yaitu sebesar 53,94%. Sedangkan kelompok yang paling sedikit terdapat pada kelompok pedagang yang lama berjualan lebih dari 25 tahun yaitu sebesar 2,63%.

Pada lingkungan pedagang Lenggang Jakarta saat ini banyak sekali terdapat para pedagang baru. Biasanya para pedagang baru ini melanjutkan bisnis keluarganya yang masih bertahan hingga saat ini. Memang di lingkungan

pedagang kaki lima Lenggang Jakarta, bisnis ini merupakan kegiatan usaha turun menurun yang berasal dari orang tuanya masing – masing.

**e. Cara Memperoleh Bahan Dagangan Untuk Berjualan Sebelum Relokasi Dan Sesudah Relokasi**

Pada bagian ini bisa dilihat cara responden memperoleh dagangannya untuk mereka jual kembali kepada pembeli. Untuk lebih jelasnya bisa dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 9. Cara Memperoleh Bahan Dagangan Untuk Berjualan Sebelum dan Sesudah Relokasi**

No	Cara Memperoleh Bahan Dagangan	Sebelum Relokasi		Sesudah Relokasi	
		Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
1.	Membeli di Pusat Penjualan	40	52,63	3	3,94
2.	Diantarkan oleh Produsen	26	34,21	3	3,94
3.	Dari pihak pengelola	10	13,16	70	92,12
Jumlah		76	100	76	100

*Sumber: Hasil Penelitian 2017*

Terjadi perubahan yang sangat drastis dalam cara responden memperoleh bahan dagangan untuk berjualan. Bila sebelum relokasi responden yang membelinya langsung di pusat penjualan hanya 52,63% maka setelah relokasi sebesar 92,12%. Setelah relokasi para responden lebih banyak yang mengambil bahan dagangan untuk berjualan ke pihak pengelola dan diantarkan ke kios sebelum relokasi dan sesudah relokasi para responden sebagian bahan



dagangan untuk berjualan diantarkan oleh produsen bisa dilihat dari angkanya yang mengalami penurunan dari 34,21% menjadi 3,94%.

Para responden melakukan perubahan kebiasaan itu karena mereka menyediakan dagangan untuk jualan harus habis terlebih dahulu, barulah setelah itu memesan lagi. Bila dibandingkan dengan kondisi berjualan di Kawasan Monumen Nasional, responden tanpa menunggu barangnya habis mereka langsung menyediakan barang dengan cepat karena permintaan dari pembeli. Sebaliknya di Lenggang Jakarta responden tidak mau mengambil resiko karena memang jumlah pembelinya mengalami penurunan.

#### **f. Sistem Pembayaran Bahan Dagangan Untuk Berjualan**

Sistem pembayaran bahan baku adalah cara responden dalam membayar barang jualan mereka kepada produsen barang. Untuk lebih jelas bisa dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 10. Sistem Pembayaran Bahan Dagangan Untuk Berjualan Responden Sebelum dan Sesudah Relokasi**

No	Sistem Pembayaran	Sebelum Relokasi		Sesudah Relokasi	
		Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
1.	Tunai	56	73,69	71	93,42
2.	Kredit	9	11,84	4	5,26
3.	Berhutang	11	14,47	1	1,32
	Jumlah	76	100	76	100

*Sumber: Hasil Penelitian 2017*

Berdasarkan Tabel 10, di atas terdapat kenaikan pada sistem pembayaran tunai. Bila sebelum relokasi responden yang membayar bahan dagangan untuk berjualan secara tunai sebesar 73,69% maka setelah relokasi respondennya ada kenaikan sebesar 93,42%. Responden yang membayar bahan dagangan untuk berjualan dengan cara non tunai (kredit dan berhutang) menjadi menurun setelah relokasi. Responden yang membayar dengan cara kredit mengalami penurunan dari 11,84% menjadi 5,26% dan responden yang membayar dengan cara berhutang mengalami penurunan dari 14,47% menjadi 1,32%.

Tidak terlalu sulit untuk mendapatkan modal, karena modal para responden milik sendiri juga mengakibatkan perubahan sistem pembayaran bahan dagangannya untuk dijual responden. Modal untuk berdagang yang sedikit tersendat mengakibatkan sebagian dari responden harus memenuhi cara pembayaran non tunai untuk memperoleh bahan dagangan untuk berjualan kegiatan usahanya tetap berlangsung.

#### **g. Jumlah Jam Kerja Responden**

Jumlah jam kerja adalah jumlah jam yang digunakan responden untuk bekerja per 1 hari. Untuk lebih jelasnya bisa dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 11. Jumlah Jam Kerja Responden Sebelum dan Sesudah Relokasi**

No	Jumlah Jam Kerja	Sebelum Relokasi		Sesudah Relokasi	
		Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
1.	<8	12	15,79	0	0
2.	9 – 12	8	10,52	0	0
3.	13 – 16	43	56,59	20	26,32
4.	17 – 20	5	6,58	52	68,42
5.	21 – 24	8	10,52	4	5,26
	Jumlah	76	100	76	100

*Sumber: Hasil Penelitian 2017*

Dari Tabel 11, terjadi perbedaan jam kerja responden. Bila sebelum relokasi pada kelas 13 – 16 dan 21 – 24 jam kerja masih terdapat responden yaitu sebesar 56,59% dan 10,52% maka sesudah relokasi angkanya kedua kelas tersebut menjadi 68,42%. Kelas 17 – 20 jam kerja tetap menjadi yang tertinggi baik itu sebelum relokasi maupun sesudah relokasi yaitu angkanya sebesar 56,59% dan 68,42%.

Perubahan penggunaan jam kerja banyak terjadi pada responden pedagang kuliner, pedagang baju, dan pedagang souvenir yang biasanya membuka kiosnya bisa sampai 24 jam di lokasi yang lama, kali ini mereka harus menutup kiosnya lebih cepat karena turunnya minat konsumen untuk datang ke Lenggang Jakarta. Sebab bila responden pedagang kuliner, pedagang baju dan pedagang souvenir membuka kiosnya sampai malam sekalipun, para calon pembeli enggan untuk datang ke Lenggang Jakarta. Untuk responden pedagang kuliner, pedagang baju dan pedagang souvenir sendiri tidak terlalu

banyak berpengaruh pada jumlah jam kerja. Jam kerja mereka di lokasi yang lama hampir sama dengan jam kerja di lokasi yang baru.

#### **h. Jumlah Hari Kerja Responden**

Jumlah hari kerja adalah jumlah hari yang digunakan responden untuk bekerja per 1 minggu. Untuk lebih jelasnya bisa dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 12. Jumlah Hari Kerja Responden Sebelum dan Sesudah Relokasi**

No	Jumlah Hari Kerja	Sebelum Relokasi		Sesudah Relokasi	
		Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
1.	<5	0	0	0	0
2.	6	0	0	66	90
3.	7	7	100	10	100
	Jumlah	76	100	76	100

*Sumber: Hasil Penelitian 2017*

Pada saat responden masih berjualan di Monumen Nasional, mereka berjualan selama 7 hari dalam seminggu. Tapi setelah terjadi relokasi ke Lenggang Jakarta terjadi perubahan jumlah hari kerja. Terlihat ada penurunan di kelas 7 hari kerja dari 100% menjadi 90%. Karena setiap hari senin kawasan Monumen Nasional tutup. Bila sebelum relokasi mereka berani untuk bekerja tanpa henti karena banyaknya permintaan dari konsumen, maka setelah relokasi mereka lebih bersifat menunggu pembeli ke Lenggang Jakarta.

**i. Jenis Alat Transportasi Yang Digunakan Responden**

**Tabel 13. Jenis Alat Transportasi Yang Digunakan Responden**

No	Jenis Alat Transportasi	Sebelum Relokasi		Sesudah Relokasi	
		Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
1.	Mobil Pick Up	6	7,89	0	0
2.	Mobil Bukan Pick Up	2	2,63	2	2,63
3.	Motor	56	73,68	62	81,57
4.	Angkutan Umum	12	15,8	12	15,8
	Jumlah	76	100	76	100

*Sumber: Hasil Penelitian 2017*

Dari Tabel 13, dapat diketahui bahwa jumlah terbanyak alat transportasi yang digunakan responden adalah motor baik sebelum relokasi maupun sesudah relokasi. Untuk penggunaan motor mengalami peningkatan dari 73,68% menjadi 81,57%. Motor memiliki peran penting bagi mereka untuk melaksanakan kegiatan sehari – hari. Untuk alat transportasi mobil *pick up* mengalami penurunan dari 7,89% menjadi 0%.

Mobil *pick up* biasanya digunakan oleh pedagang pakaian untuk mengantar pakaiannya ke Lenggang Jakarta. Setelah relokasi responden pedagang pakaian semakin berkurang yang menggunakan mobil *pick up* karena pesanan dari pembeli yang juga semakin berkurang.

**j. Pendapat Responden Tentang Kelayakan Fasilitas oleh Pengelola**

Dalam bagian ini setiap responden ditanyakan tentang fasilitas yang disediakan oleh pengelola. Responden diberikan pilihan Layak atau Tidak

Layak disertai alasan yang mereka tulis sendiri. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 14. Pendapat Responden tentang Kelayakan Fasilitas Sebelum Relokasi dan Sesudah Relokasi**

No	Kelayakan Fasilitas	Sebelum Relokasi		Sesudah Relokasi	
		Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
1.	Layak	0	0	69	90,79
2.	Tidak Layak	0	0	7	9,21
	Jumlah	76	100	76	100

*Sumber: Hasil Penelitian 2017*

Berdasarkan Tabel 14 kedua pilihan mengalami perubahan jumlah. Pilihan “Layak” mengalami kenaikan dari 0% menjadi 90,79% dan pilihan “Tidak Layak” mengalami kenaikan dari 0% menjadi 9,21%. Responden berpendapat fasilitas yang disediakan oleh pengelolaanya dahulu pedagang kaki lima yang berjualan di Monumen Nasional fasilitasnya belum cukup memadai bila dibandingkan dengan fasilitas yang disediakan oleh pengelolaanya yang baru fasilitasnya lebih memadai di Lenggang Jakarta.

Fasilitas yang disediakan oleh Lenggang Jakarta seperti kios, tempat parkir, listrik, air dan saluran pembuangan dinilai belum memenuhi kelayakan oleh para responden. Terdapat yang disediakan oleh Lenggang Jakarta seperti kios, tempat parkir, listrik, air dan saluran pembuangan dinilai belum memenuhi kelayakan oleh para pedagang kaki lima. Terdapat 160 kios permanen berukuran 2x2 meter persegi yang telah dibangun untuk pedagang

kaki lima di sisi utara Monumen Nasional. Sementara itu 179 kios lainnya berwarna orange dengan ukuran 1x1 meter menurut pedagang kaki lima sangat tidak layak untuk dijadikan tempat usaha mereka karena sangat sempit dan menyulitkan mereka untuk berjualan. Untuk tempat parkir fasilitas ini merupakan salah satu yang penting karena untuk kenyamanan para pembeli meletakkan kendaraannya. Mayoritas pembeli yang berasal dari kalangan ekonomi menengah bawah dan menengah atas biasanya membawa kendaraan pribadi. Melihat di lokasi yang baru tempat parkirnya sangat maksimal akibatnya para pembeli untuk datang ke Lenggang Jakarta.

Listrik dan air juga menjadi masalah bagi para pedagang kaki lima pada tahun awal pedagang kaki lima yang mematok harganya adalah Lenggang Jakarta dan bukan instansi terkait. Ditambah lagi kualitas air yang disediakan oleh pengelola sangat jernih dibandingkan dengan kualitas air di lokasi yang lama sangat tidak bersih.

#### **k. Pendapatan per Bulan Responden**

Pada bagian ini bisa dilihat perbandingan pendapatan per bulan responden sebelum dan sesudah relokasi tempat berjualan. Peneliti membagi jadi dua tabel untuk dua kelompok pedagang yaitu pedagang kuliner dan pedagang non kuliner. Untuk lebih jelasnya bisa dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 15. Pendapatan per Bulan Pedagang Kuliner dan Non Kuliner Sebelum Relokasi dan Sesudah Relokasi**

No.	Pendapatan Per Bulan (Rp)	Sebelum Relokasi		Sesudah Relokasi	
		Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
1.	<5.000.000	0	0	7	14
2.	5.000.000 – 10.000.000	4	8	6	12
3.	10.000.000 – 15.000.000	3	6	10	20
4.	15.000.000 – 20.000.000	9	18	25	50
5.	25.000.000 – 30.000.000	19	38	2	4
6.	30.000.000 – 35.000.000	8	16	0	0
7.	35.000.000 – 40.000.000	4	8	0	0
8.	>40.000.000	3	6	0	0
	Jumlah	50	100	50	100

*Sumber: Hasil Penelitian 2017*

Dari Tabel 15, dapat dilihat pendapatan per bulan pedagang kuliner dan non kuliner sebelum dan sesudah relokasi. Untuk pendapatan per bulan pedagang kuliner dan non kuliner sebanyak 3 orang responden atau 6% mengatakan pendapatan mereka yang paling tinggi sekitar > Rp. 40.000.000 kemudian sebanyak 38% responden atau 19 orang mengatakan total penghasilan pedagang sekitar Rp. 25.000.000 – Rp. 30.000.000 dan ini merupakan kelompok pendapatan pedagang yang terbanyak saat sebelum relokasi.

Dari Tabel 15, dapat dilihat juga penghasilan per bulan pedagang kuliner dan non kuliner sesudah relokasi yaitu sebanyak 2 orang responden atau 4 % mengatakan pendapatan mereka yang paling tinggi sekitar Rp. 25.000.000 - Rp. 30.000.000 dan kelompok pendapatan inilah yang paling sedikit



respondennya saat sesudah relokasi. Kemudian sebanyak 50% responden atau 25 orang mengatakan total penghasilan pedagang sekitar Rp. 15.000.000 - 20.000.000 dan ini merupakan kelompok pendapatan pedagang yang terbanyak saat sesudah relokasi.

**Tabel 16. Pendapatan per Bulan Pedagang Jenis Makanan dan Pedagang Souvenir Sebelum dan Sesudah Relokasi**

No	Pendapatan Per Bulan (Rp)	Sebelum Relokasi		Sesudah Relokasi	
		Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
1.	<5.000.000	0	0	0	0
2.	5.000.000-10.000.000	3	11,54	4	15,38
3.	10.000.000-15.000.000	4	15,38	4	15,38
4.	15.000.000-20.000.000	4	15,38	12	46,15
5.	25.000.000-30.000.000	6	23,08	6	23,08
6.	30.000.000-35.000.000	4	15,38	0	0
7.	>35.000.000	5	19,23	0	0
	Jumlah	26	100	26	100

*Sumber: Hasil Penelitian 2017*

Dari Tabel 16 dapat dilihat pendapatan per bulan pedagang jenis makanan dan pedagang souvenir sebelum dan sesudah relokasi. Untuk pendapatan per bulan pedagang jenis makanan dan pedagang souvenir sebelum relokasi sebanyak 5 orang responden atau 19,23% mengatakan pendapatan mereka yang paling tinggi sekitar > Rp. 35.000.000 kemudian sebanyak 23,08% responden atau 6 orang mengatakan total pendapatan pedagang sekitar Rp. 25.000.000 – Rp. 30.000.000 dan ini merupakan kelompok pendapatan pedagang yang terbanyak saat sebelum relokasi.

Dari Tabel 16 dapat dilihat juga pendapatan per bulan pedagang jenis makanan dan pedagang souvenir sesudah relokasi yaitu sebanyak 4 orang responden atau 15,38% mengatakan pendapatan mereka yang paling tinggi sekitar Rp. 10.000.000 – Rp. 15.000.000. Kemudian sebanyak 46,15% responden atau 12 orang mengatakan total penghasilan pedagang sekitar Rp. 15.000.000 – 20.000.000 dan ini merupakan kelompok pendapatan pedagang yang terbanyak sesudah relokasi.

Berdasarkan kedua tabel di atas dapat kita lihat perbedaan pendapatan kedua kelompok pedagang saat sebelum dan sesudah relokasi. Saat sebelum relokasi masing – masing dari kedua kelompok, pendapatannya bisa mencapai kelompok pendapatan yang tertinggi dikelompoknya masing – masing. Sedangkan pada saat sesudah relokasi kondisi ini tidak bisa tercapai. Bahkan saat sesudah relokasi kondisi pendapatan kedua kelompok responden ada yang mencapai kelompok pendapatan terendah dikelompoknya masing – masing padahal pada saat sebelum relokasi sangat jarang sekali responden mengalami kondisi tersebut.

#### **1. Pengeluaran per bulan Responden**

Pada bagian ini bisa dilihat dibandingkan pengeluaran per bulan kedua kelompok responden sebelum dan sesudah relokasi tempat berjualan. Untuk lebih jelasnya bisa dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 17 Pengeluaran per Bulan Pedagang Kuliner dan Non Kuliner Sebelum dan Sesudah Relokasi**

No.	Pengeluaran Per Bulan ( Rp)	Sebelum Relokasi		Sesudah Relokasi	
		Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
1.	<5.000.000	0	0	5	10
2.	5.000.0000-9.000.000	1	2	0	0
3.	9.000.000-13.000.000	7	14	4	8
4.	13.000.000-17.000.000	12	24	8	16
5.	17.000.000-21.000.000	14	28	9	18
6.	21.000.000-25.000.000	8	16	24	48
7.	25.000.000-30.000.000	4	8	0	0
8.	> 30.000.000	4	8	0	0
Jumlah		50	100	50	100

*Sumber: Hasil Penelitian 2017*

Dari Tabel 17, dapat dilihat pengeluaran per bulan pedagang kuliner dan non kuliner sebelum relokasi sebanyak 4 orang responden atau 8% mengatakan pengeluaran mereka yang paling tinggi sekitar > Rp. 30.000.000. kemudian sebanyak 28% responden atau 14 orang mengatakan total pengeluaran pedagang sekitar Rp. 17.000.000 – 21.000.000 dan ini merupakan kelompok pengeluaran yang terbanyak saat sebelum relokasi. Untuk kelompok pengeluaran yang paling sedikit yaitu pada kelompok pengeluaran Rp.5.000.000 – Rp. 9.000.000 yaitu 1 pedagang atau 2% responden.

Dari Tabel 17, dapat dilihat juga pengeluaran per bulan pedagang kuliner dan non kuliner sesudah relokasi yaitu sebanyak 4 responden atau 8% mengatakan pengeluaran mereka yang paling tinggi sekitar Rp. 9.000.000 – 13.000.000 dan kelompok pengeluaran inilah yang paling sedikit respondennya saat sesudah relokasi. Kemudian sebanyak 48% responden atau 24 orang

mengatakan total pengeluaran pedagang sekitar 21.000.000 – 25.000.000 dan ini merupakan kelompok pengeluaran pedagang terbanyak saat sesudah relokasi.

**Tabel 18. Pengeluaran per Bulan Pedagang Jenis Makanan dan Pedagang Souvenir Sebelum Relokasi dan Sesudah Relokasi**

No.	Pengeluaran Per Bulan (Rp)	Sebelum Relokasi		Sesudah Relokasi	
		Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
1.	<5.000.000	0	0	0	0
2.	5.000.000 -9.000.000	2	7,89	0	0
3.	9.000.000-13.000.000	5	19,23	0	0
4.	13.000.000-17.000.000	4	15,38	4	15,38
5.	17.000.000-21.000.000	6	23,08	6	23,08
6.	21.000.000-25.000.000	5	19,23	10	38,46
7.	>25.000.000	4	15,38	6	23,08
	Jumlah	26	100	26	100

*Sumber: Hasil Penelitian 2017*

Dari Tabel 18, dapat dilihat pengeluaran per bulan pedagang jenis makanan dan pedagang souvenir sebelum dan sesudah relokasi. Untuk pengeluaran per bulan sebanyak 4 orang responden atau 15,38% mengatakan pengeluaran yang paling sedikit yaitu pada kelompok pengeluaran mereka yang paling tinggi sekitar > Rp. 25.000.000 kemudian sebanyak 23,08% responden atau 6 orang mengatakan total pengeluaran pedagang sekitar Rp. 17.000.000 – Rp. 21.000.000 dan ini merupakan kelompok pengeluaran pedagang yang terbanyak saat sebelum relokasi. Untuk kelompok pengeluaran yang paling

sedikit yaitu pada kelompok pengeluaran Rp. 5.000.000 – Rp. 9.000.000 yaitu sebanyak 2 pedagang atau 7,89% responden.

Dari tabel 18, dapat dilihat juga pengeluaran per bulan pedagang jenis makanan dan souvenir sesudah relokasi yaitu sebanyak 4 responden atau 15,38% mengatakan pengeluaran mereka yang paling tinggi sekitar Rp. 13.000.000 – Rp. 17.000.000 dan kelompok inilah yang paling sedikit respondennya saat sesudah relokasi. Kemudian sebanyak 38,46% responden atau 10 orang mengatakan total pengeluaran pedagang sekitar Rp. 21.000.000 – 25.000.000 dan ini merupakan pengeluaran pedagang yang terbanyak saat sesudah relokasi.

Responden biasanya memakai pengeluarannya untuk membeli bahan baku untuk persediaan barang dagangan yang dijual, menggaji pegawainya dan membayar kios tempat berjualan. Berdasarkan kedua tabel di atas dapat kita lihat perbedaan pengeluaran kedua kelompok pedagang saat sebelum dan sesudah relokasi. Saat sebelum relokasi pengeluaran responden bisa mencapai kelompok pengeluaran tertinggi dikelompoknya masing-masing sedangkan pada saat sesudah relokasi kondisi ini tidak bisa tercapai.

Pada saat sesudah relokasi kondisi pengeluaran responden ada yang mencapai kelompok pengeluaran terendah dikelompoknya masing-masing padahal pada saat sesudah relokasi sangat jarang sekali responden mengalami

kondisi tersebut. Terlihat terjadi penurunan kondisi pengeluaran yang besar. Hal ini terjadi karena jumlah pendapatan responden yang menurun akibat turunnya jumlah pembeli. Pendapatan yang turun yang mengakibatkan uang yang tersedia yang bisa digunakan untuk pengeluaran responden turun pula.

#### **m. Tindakan Pengelola Untuk Mengembangkan Lokasi Lenggang Jakarta Menurut Responden**

Pada bagian ini berisi pandangan responden mengenai apakah sudah ada tindakan yang dilakukan pengelola dalam rangka mengembangkan pasar.

**Tabel 19. Tindakan Pengelola Untuk Mengembangkan Lokasi Menurut Responden Lenggang Jakarta**

No.	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
1.	Ada	51	67,11
2.	Tidak Ada	25	32,89
	Jumlah	76	100

*Sumber: Hasil Penelitian 2017*

Berdasarkan tabel di atas, responden untuk responden yang menjawab “Ada” menjadi yang paling banyak yaitu sebesar 67,11%. Yang menjawab “Tidak Ada” yang paling sedikit yaitu sebesar 32,89%. Responden berpendapat bahwa setelah mereka pindah ke lokasi tempat jualan yang baru yaitu Lenggang Jakarta, pengelola tersebut sangat terbuka terhadap keberadaan mereka. Para responden mereka nasib mereka setelah pindah diperhatikan dengan baik sehingga mempengaruhi kegiatan perekonomian mereka.

Responden yang pada saat ini berstatus sebagai pedagang resmi di bawah pengelolaan Lenggang Jakarta dan Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Serta Perdagangan, sangat berharap sekali adanya tindakan konkret dari pengelola Lenggang Jakarta untuk pengembangan lokasi seperti bantuan promosi kepada masyarakat luar daerah yang tidak tahu lokasi pedagang kaki lima yang baru dan bantuan permodalan agar usaha responden bisa berkembang lagi. Sebab kondisi lokasi masih perlu ada perubahan dalam mengembangkan kios tempat jualan, sangat sulit sekali mengharapkan kedatangan para pembeli yang banyak.

Pihak pengelola bukannya tanpa tindakan sama sekali. Pihak pengelola telah melakukan beberapa tindakan seperti membuat tempat permainan buat anak-anak di sekitar area Lenggang Jakarta dan menambahkan tempat kios berjualan, melakukan pertemuan dengan pedagang untuk sosialisasi dalam kegiatan pelatihan masak, pelatihan kursus bahasa inggris dan pelatihan membaca menulis untuk para responden. Banyak mayoritas responden tetap menilai ada tindakan dari pengelola untuk mengembangkan lokasi yang baru.

#### **D. Penilaian Responden Mengenai Relokasi**

##### **a. Pendapat Responden Mengenai Kebijakan Relokasi Tempat berjualan**

Pada bagian ini responden memberikan pendapatnya tentang kebijakan relokasi tempat berjualan mereka. Nantinya bisa dilihat berapa banyak

responden yang menyetujui kebijakan ini dan yang tidak menyetujui kebijakan ini. Untuk lebih jelasnya bisa dilihat dari tabel berikut:

**Tabel 20. Pendapat Responden Mengenai Kebijakan Relokasi Tempat Berjualan**

No.	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
1.	Setuju	65	85,53
2.	Tidak Setuju	11	14,47
	Jumlah	76	100

*Sumber: Hasil Penelitian 2017*

Berdasarkan Tabel 20 dapat dilihat sebagian mayoritas responden berpendapat tidak setuju dengan kebijakan relokasi tempat berjualan mereka yaitu hanya sebesar 14,47%. Sedangkan responden yang menyetujui kebijakan tersebut sebesar 85,53%. Responden yang menyetujui kebijakan relokasi ini adalah responden yang telah menyadari bahwa lokasi tempat berjualan mereka yang lama yaitu Monumen Nasional di Jalan Merdeka Selatan bukanlah milik mereka melainkan milik Pemerintah. Walaupun Monumen Nasional termasuk tempat objek wisata yang cukup lama di Jakarta, kelompok responden ini tahu bahwa suatu saat mereka akan pindah dari Monumen Nasional ke tempat yang lain dan mau tidak mau mereka harus siap meskipun nantinya kegiatan perdagangan di tempat berjualan yang baru tidak selancar seperti di lokasi yang lama.

Sedangkan untuk kelompok responden yang tidak menyetujui kebijakan relokasi ini belum bisa menerima kebijakan dari pemerintah



tersebut. Sebab lokasi yang dijadikan tempat berjualan yang baru dinilai kurang strategis oleh kelompok ini. Mereka ragu akan mendapatkan kondisi perdagangan yang kondusif di lokasi yang baru. Oleh karena itu, pada waktu sebelum relokasi terjadi kelompok ini giat mengadakan aksi penolakan terhadap kebijakan relokasi.

#### **b. Pengamatan Responden Terhadap Lokasi Tempat Berjualan Baru**

Bagian ini berisi pengamatan responden mengenai lokasi tempat berjualan baru. Dilihat dari segi keuntungan yang didapat responden di lokasi baru. Untuk lebih jelasnya bisa dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 21. Pengamatan Responden Terhadap Lokasi Tempat Berjualan Baru**

No.	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat Menguntungkan	0	0
2.	Menguntungkan	50	63,79
3.	Kurang Menguntungkan	26	34,21
4.	Tidak Menguntungkan	0	0
	Jumlah	76	100

*Sumber: Hasil Penelitian 2017*

Berdasarkan Tabel di atas hanya dua jawaban saja yang dipilih oleh responden yaitu “ Menguntungkan “ dan “ Kurang Menguntungkan “. Responden yang memilih “ Menguntungkan “ menjadi yang paling banyak yaitu sebesar 65,79% dan untuk responden yang memilih “ Kurang Menguntungkan “ sebagian sebesar 34,21%. Kedua kelompok ini pada dasarnya memiliki nasib yang sama yaitu mengalami penurunan pendapatan walaupun nilai penurunan masing-masing responden relatif berbeda. Lokasi

yang baru tidak memberi jalan keluar bagi permasalahan relokasi ini. Dari opsi yang mereka pilih bisa dilihat bagaimana penilaian mereka terhadap lokasi yang baru.

Kondisi yang sama sekali berbeda dibandingkan dengan lokasi yang lama. Responden berpendapat banyak sekali kekurangan di lokasi yang baru contohnya seperti kurangnya promosi tempat berjualan. Sebenarnya kekurangan ini bisa itu dari pedagang maupun dari pengelola dan pemerintah. Andai saja semua pihak mau duduk bersama memecahkan masalah lokasi ini niscaya kondisi perdagangan seperti di Monumen Nasional dahulu akan terulang lagi di Lenggang Jakarta.

### **c. Penilaian Responden Mengenai Jumlah Pembeli Yang Datang ke Lenggang Jakarta**

Bagian ini berisi penilaian responden mengenai jumlah pembeli yang datang lokasi tempat berjualan baru. Apakah jumlahnya meningkat, tetap atau menurun. Untuk lebih jelasnya bisa dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 22. Jumlah Pembeli Yang Datang Menurut Responden**

No.	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
1.	Meningkat	0	0
2.	Tetap	76	100
3.	Menurun	0	0
	Jumlah	76	100

*Sumber: Hasil Penelitian 2017*

Dari Tabel 22, di atas dapat dilihat responden yang memilih jawaban “Tetap” mencapai 100%. Pandangan responden menyatakan jumlah pembeli yang datang setelah relokasi tempat berjualan terjadi tetap. Hal yang responden takutkan sebelum relokasi bergulir akhirnya terjadi juga. Tidaklah mengerankan bila hal ini terjadi karena perbedaan kondisi lingkungan tempat berjualan yang jauh berbeda. Bila di lokasi yang lama termasuk lokasi yang strategis dengan kemudahan akses untuk mencapainya maka di lokasi yang baru ini tidak bisa terjadi. Begitu pula dengan fasilitas yang disediakan oleh pengelola yang sudah maksimal seperti tempat parkir kendaraan sehingga pembeli masih bisa berkunjung ke Lenggang Jakarta.

#### d. Penghasilan Per Hari Responden

**Tabel 23. Penghasilan Per Hari Responden**

No.	Penghasilan	Sebelum Relokasi		Sesudah Relokasi	
		Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
1.	<500.000	7	12	4	7
2.	500.000-750.000	18	30	56	93
3.	750.000-1.000.000	17	28	0	0
4.	1.000.000-2.500.000	18	30	0	0
	Jumlah	60	100	60	100

*Sumber: Hasil Penelitian 2017*

Berdasarkan tabel 23, terjadi penurunan yang signifikan dalam hal penghasilan yang didapatkan responden setiap harinya. Sebelum relokasi sebanyak 18 orang (30%) mengatakan bahwa penghasilan tertinggi mereka bisa mencapai > Rp 1.000.000 setiap harinya. Hal tersebut didukung karena mereka

memiliki banyak tempat hiburan di Lenggang Jakarta. Selain itu juga barang yang dijual umumnya seperti makanan dan cinderamata yang harganya dari 5.000 sampai 100.000. Kemudian sesudah relokasi sebanyak 56 orang (93%) mengatakan bahwa sekarang penghasilannya sekitar 500.000-750.000 dikarenakan sepi pembeli di Lenggang Jakarta walaupun beberapa dari mereka tetap membuka tempat usahanya.

#### e. Pengeluaran Per Hari Responden

**Tabel 24. Pengeluaran Per Hari Responden**

No	Pengeluaran (Rupiah)	Sebelum Relokasi		Sesudah Relokasi	
		Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
1.	< 200.000	6	10	11	18
2.	200.000-400.000	21	35	11	18
3.	400.000-800.000	18	30	15	25
4.	>800.000	15	25	23	39
	Jumlah	60	100	60	100

*Sumber: Hasil Penelitian 2017*

Berdasarkan tabel 24 , untuk pengeluaran setiap harinya terjadi perubahan baik sebelum relokasi atau sesudah relokasi. Sebelum relokasi sebanyak 21 orang (35%) mengatakan bahwa pengeluaran setiap harinya rata - rata Rp. 200.000 - Rp. 400.000 dan setelah relokasi sebanyak 23 orang (39%) mengatakan jika pengeluaran setiap harinya rata-rata >800.000. Hanya saja untuk penggunaan uangnya sedikit berbeda. Jika sebelum relokasi pengeluaran untuk retribusi resmi, mereka diwajibkan membayar setiap hari Rp. 5000 untuk keamanan dan kebersihan, sedangkan setelah relokasi retribusi resmi sudah

tidak diwajibkan bayar karena sudah ada tempat parkir dan penjaga keamanan.

Kemudian sebelum relokasi pengeluaran responden untuk retribusi tidak resmi harian seperti membayar orang untuk mengangkut barang dan membayar tempat sewa untuk berjualan bisa mencapai > Rp.50.000 setiap harinya. Sedangkan setelah relokasi responden tidak perlu lagi mengeluarkan uang untuk membayar orang dan membayar tempat sewa untuk berjualan. Kemudian terlepas dari pengeluaran untuk retribusi, pengeluaran harian responden sama yaitu untuk ongkos transportasi dan konsumsi (makan) ditambah dengan membayar parkir kendaraan bermotor setiap harinya dan pembayaran uang listrik atau penerangan umum sebesar Rp. 1000.

**f. Penilaian Responden Terhadap Tindakan Yang Sudah Dilakukan Pengelola dalam Mengembangkan Lenggang Jakarta**

Bagian ini merupakan pertanyaan lanjutan untuk responden yang menjawab “Ya” mengenai tindakan yang sudah dilakukan pengelola dalam mengembangkan Lenggang Jakarta. pada bagian ini responden memberikan penilaian tentang tindakan yang sudah dilakukan pengelola, apakah tindakan itu sudah berjalan baik dan efektif. Sama seperti pertanyaan yang sebelumnya pada bagian ini responden diberikan pilihan jawaban “Ya” atau “Tidak”.

**Tabel 25. Penilaian Responden Terhadap Tindakan Pengelola**

No.	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
1.	Ya	25	100
2.	Tidak	0	0
	Jumlah	25	100

*Sumber: Hasil Penelitian 2017*

Seluruh responden menjawab ya pada pertanyaan ini. Artinya responden yang telah menjawab ya tentang ada tindakan yang sudah dilakukan pengelola dalam mengembangkan lokasi Lenggang Jakarta, berpendapat tindakan yang sudah dilakukan sudah berjalan baik dan efektif. Tindakan pengelola seperti mempromosikan lokasi pedagang kaki lima yang baru dan mengakomodir kebutuhan para pedagang dirasa masih cukup menurut responden.

Responden menginginkan pembinaan yang lebih baik lagi dari pengelola seperti upaya promosi yang lebih meluas dan tentunya tidak hanya dari pihak pengelola saja tetapi pihak Pemerintah Provinsi DKI Jakarta harus turut membantu sehingga antara pengelola dengan pedagang tercipta hubungan mitra kerja yang baik.

### g. Kondisi Tempat Ibadah Yang Tersedia Di Lenggang Jakarta

**Tabel 26. Kondisi Tempat Ibadah (Masjid)**

<b>Kondisi Tempat Ibadah</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Tidak Layak	0	0
Tidak Layak	0	0
Layak	12	20
Sangat Layak	48	80
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Berdasarkan tabel 26, menurut 48 orang (80%) kondisi tempat ibadah yang disediakan di Lenggang Jakarta dapat dikatakan sangat layak dikarenakan bersih dan bisa menampung banyak orang yang ingin beribadah (shalat). Kemudian juga untuk ruangan khusus wanita sudah tersedia beberapa mukena.

### h. Jumlah Toilet Yang Tersedia di Lenggang Jakarta

**Tabel 27. Jumlah Fasilitas Toilet**

<b>Ketersediaan Toilet</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat Tidak Memadai	8	13
Tidak Memadai	8	13
Memadai	16	27
Sangat Memadai	28	47
<b>Jumlah</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

*Sumber : Hasil Penelitian, 2017*

Berdasarkan tabel 27, menurut 28 orang (47%) jumlah fasilitas toilet yang disediakan di Lenggang Jakarta ini sudah sangat memadai dikarenakan di setiap lantai ada dan cukup berfungsi dengan baik. Hanya saja

terkadang beberapa toilet di Lenggang Jakarta dikunci dan diperbaiki. Sehingga pedagang diharuskan untuk menggunakan toilet yang lainnya.





## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Kesimpulan yang didapat dari penelitian ini adalah terdapat dampak positif dan negatif dari Relokasi Pedagang Kaki Lima dari Monumen Nasional Ke Lenggang Jakarta Jakarta Pusat yaitu diantaranya :

1. Dampak positifnya yaitu berupa ketetapan tempat berdagang bagi pedagang kaki lima. Sehingga mereka tidak perlu lagi untuk bongkar pasang tempat mereka berdagang dan membayar tempat sewa untuk menyimpan persediaan barang dagangannya. Selain itu juga tidak ada lagi retribusi tidak resmi yang harus pedagang bayarkan setiap harinya kepada oknum – oknum yang tidak bertanggung jawab.
2. Dampak negatif yang paling dirasakan pedagang kaki lima yakni mengalami penurunan penghasilan yang didapatkan per bulan nya. Saat sebelum relokasi pedagang bisa mendapatkan penghasilan mencapai  $> \text{Rp. } 6.000.000$  per bulan, sedangkan setelah relokasi pedagang hanya bisa mendapatkan penghasilan  $\leq \text{Rp. } 500.000$  per bulan. Turunnya pendapatan secara drastis ini diakibatkan oleh sepiunya konsumen di Lenggang Jakarta, karena masyarakat belum banyak yang mengetahui lokasi berdagang di Lenggang Jakarta.

3. Semua pedagang kaki lima di Lenggang menjualkan barang dagangan yang sama, lama berjualan yang sama, dan jam kerja sama sewaktu di Monumen Nasional.
4. Untuk lokasi Lenggang Jakarta terbilang sudah strategis dilihat dari lokasi, aksesibilitas dan transportasi. Lenggang Jakarta terletak di jalan utama kawasan Merdeka Selatan sehingga masyarakat dengan mudah untuk mengunjungi tempat ini. Aksesibilitas juga mendukung karena sarana transportasi dan fasilitas yang sangat lengkap.

## **B. SARAN**

Berdasarkan dari pengkajian hasil penelitian di lapangan maka penulis bermaksud memberikan saran yang mudah-mudahan dapat bermanfaat bagi pedagang kaki lima maupun bagi peneliti yang selanjutnya, yaitu sebagai berikut :

Papan petunjuk pasar Lenggang Jakarta perlu diperbanyak agar masyarakat Jakarta maupun luar Jakarta dapat mengunjungi dan berbelanja kesana.

### Daftar Pustaka

- Alisjahbana. 2006. *Marginalisasi Sektor Informal Perkotaan*. Surabaya: ITS Press.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Pratek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Ambarwaty, Srie Hany. 2003. *Studi Aktivitas PKL dalam Pemanfaatan Ruang di Kota Salatiga*. Tesis tidak diterbitkan. Program Pasca Sarjana Magister Teknik Pembangunan Kota. Universitas Gajah Mada
- An-nat, B. 1983. *Implementasi Kebijakan penanganan Pedagang Kaki Lima: studi kasus di Yogyakarta dan DKI Jakarta*. Program Pasca Sarjana Magister Adminitrasi. Universitas Gadjah Mada
- Gee, Mc T. G and Yeung, Y. M. 1977. *Hawkers In South East Asian Cities: Planning for The Bazaar Economy, International Develpoment Research Centre*. Canada: Ottawa.
- Djojodipuro, Marsudi. 1992. *Teori Lokasi*. Jakarta : FEUI Pres elitian suatu pendekatan Praktek. Jakarta : PT. Rineka Cipta
- Kadariah, 1993. *Analisa Pendapatan Nasional*. Bina Aksara : Jakarta
- Karafir, Yan Pieter. 1977. *Pemupukan Modal Pedagang Kaki Lima: studi kasus di daerah Tanah Abang Pasar Jakarta*. Jakarta : FISIP UI.
- Kotler, Philip. 1985. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Erlangga
- Manning, Chris dan Tadjuddin Noer Effendi. 1996, *pengangguran dan sektor informal di Kota*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Manullang. 1991. *Pengantar Ekonomi Perusahaan*. Yogyakarta: Penerbit BKLM.
- Rachbini, J dan Abdul Hamid. 1994. *Ekonomi Informal Perkotaan Gejala Involusi Gelombang kedua*. Jakarta: LP3ES Indonesia.
- Sadono, Sukirno. 2000. *Makro Ekonomi Modern*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Samuelson, Paul A dan William D. Nordhaus. 1995. *Mikro Ekonomi*. Jakarta: Erlangga
- Sumaatmadja, Nursid. 1988. *Studi Geografi Suatu Pendekatan dan Analisa Keruangan*. Bandung: Alumi.
- Shirvani, Hamid. 1985. *The Urban Design Process. Network: Van Nostrand Reinhold Company*.
- Suratmo, F. Gunarwan. 2004. *Analisis Mengenai Dampak Lingkungan Cet. ke – 10*. Yogyakarta : Gadjah Mada University Press
- Swastha, Basu. 1984. *Asas – asas Marketing*. Yogyakarta: Liberty
- Tika, M. Pabundu. 2005. *Metode Penelitian Geografi*. Jakarta: Bumi Aksara
- Tjiptono, Fandy. 2007. *Pemasaran Startegis*. Yogyakarta: Penerbit ANDI
- Widjajanti, Retno. 2000. *Penataan Fisik Kegiatan PKL*. Tesis tidak diterbitkan. Bidang Khusus Perencanaan Kota. Program Magister Perencanaan Wilayah dan Kota. ITB. Bandung
- Winardi. 1998. *Kamus Ekonomi*. Bandung: Mandar Maju

### **SKRIPSI/TESIS**

Andriansyah.2004. *Kebijakan Publik Dalam Penanganan Sektor Informal (Kasus PKL di DKI Jakarta*. [TESIS]. Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia

Ismi Pridewita Purba. 2013. *Pengaruh Lokasi Pedagang Kaki Lima Terhadap Pendapatan (Perbandingan antara Kelurahan Kebon Bawang dan Kelurahan Warakas Kecamatan Tanjung Priok Jakarta Utara*. [Skripsi]. Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta.

M. Fajar Anugrah. 2015. *Profil Pedagang Kaki Lima Di Pasar Tradisional Kramat Jati Yang Menyebabkan Kecamatan (Studi Kasus Jalan Raya Bogor KM.19 Kramat Jati Jakarta Timur*. [Skripsi]. Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta.

Linda Mutiara Ayu. 2015. *Kondisi Pedagang Kaki Lima Pasar Tanah Abang Pasca Relokasi Ke Pasar Blok G Kebon Jati Jakarta Pusat*. [Skripsi]. Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta.

### **Daftar Pustaka On-line**

Asmie Poniewat: 2008. *Faktor – faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang*, [www.lipi.go.id/jurnal/2208197210.pdf](http://www.lipi.go.id/jurnal/2208197210.pdf)

## Lampiran 1

Tabel 28. Identitas Responden

No. Responden	Jenis Kelamin	Usia (Tahun)	Pendidikan Terakhir	Alamat Tempat Tinggal
1	Perempuan	34	D3	Palmerah
2	Perempuan	35	SMA	Palmerah
3	Laki – laki	55	SMA	KS. Tubun
4	Laki – laki	48	SMK	Ciracas
5	Perempuan	40	SMA	Duri Kepa
6	Perempuan	29	SMK	Kota Bambu
7	Perempuan	53	SMA	Tanah Abang
8	Perempuan	50	SMA	Kota Bambu
9	Perempuan	46	SMA	Jati Bunder
10	Laki – laki	54	D3	Kota Bambu
11	Perempuan	30	SMA	Kebon Kacang
12	Perempuan	40	SMA	Tanah Abang
13	Perempuan	45	S1	Petamburan
14	Laki – laki	35	SMK	Palmerah
15	Laki – laki	48	SMA	Kampung Baru
16	Laki – laki	45	SMP	Dukuh Pinggir
17	Perempuan	51	SMA	Kebon Kacang
18	Laki – laki	34	SMA	Kebon Jeruk
19	Perempuan	40	SMP	Jati Bunder
20	Perempuan	47	SMA	Jatibaru
21	Perempuan	40	SMP	Kebon Melati
22	Laki – laki	31	SMP	Kebon Kacang
23	Laki – laki	43	SMA	Kota Bambu Utara
24	Laki – laki	35	SMP	Kebon Kacang
25	Laki – laki	35	SD	Jati Pulo
26	Laki – laki	33	SMP	Kota Bambu Selatan
27	Laki – laki	45	SMP	Kota Bambu Selatan
28	Laki – laki	32	SMA	Petamburan
29	Laki – laki	39	SMP	Jati Pulo
30	Laki – laki	46	SD	Taman Delima
31	Laki – laki	40	SMA	Karet
32	Perempuan	40	SMA	Kebon Kacang
33	Laki – laki	31	SMP	Jati Pulo
34	Perempuan	48	SD	Kebon Kacang
35	Laki – laki	40	SMP	Kebon Jeruk
36	Laki – laki	38	SMP	Tangerang
37	Laki – laki	50	SMA	Cempaka Baru

38	Laki – laki	35	SMA	Kampung Bali
39	Perempuan	36	SMA	Tangerang
40	Laki – laki	42	SMA	Jatinegara
41	Laki – laki	33	SMK	Ragunan
42	Laki – laki	41	SMP	Kebon Melati
43	Laki – laki	31	SMP	Gandaria Selatan
44	Laki – laki	32	SMK	Petamburan
45	Laki – laki	37	SD	Kebon Melati
46	Laki – laki	38	SD	Kota Bambu Utara
47	Laki – laki	33	SMK	Kebon Kacang
48	Laki – laki	47	SD	Kebon Jeruk
49	Perempuan	45	SMA	Srengseng
50	Laki – laki	35	SMK	Kampung Siang
51	Perempuan	29	SMP	Citayam
52	Perempuan	40	SD	Kemanggisan
53	Perempuan	40	SMK	Kelapa Dua
54	Perempuan	44	SD	Kampung Bali
55	Perempuan	38	SD	Tangerang
56	Perempuan	48	SMA	Petamburan
57	Perempuan	35	SMP	Tegal Alur
58	Perempuan	31	SMP	Bogor
59	Perempuan	50	SMP	Palmerah
60	Perempuan	45	SD	Tebet
61	Laki – laki	25	SMP	Cempaka Putih
62	Perempuan	40	SD	Kelapa Gading
63	Laki – laki	45	SMA	Sumur Batu
64	Laki - laki	48	SMA	Senen
65	Perempuan	47	SMP	Jatinegara
66	Perempuan	51	SMP	Bogor
67	Perempuan	39	SD	Tangerang
68	Perempuan	45	SMA	Cideng
69	Perempuan	44	SD	Kebon Sawah Besar
70	Laki – laki	38	SMA	Duri Pulo
71	Laki – laki	26	SMA	Bogor
72	Laki - laki	34	SMP	Menteng
73	Perempuan	46	SMP	Kemayoran
74	Laki - laki	30	SMP	Senen
75	Perempuan	34	SMP	Petojo Utara
76	Laki – laki	30	SMA	Petojo Selatan

## Lampiran 2

### KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth  
 Bapak/Ibu/Saudara/i.....  
 Pedagang Kaki Lima  
 Di Lenggang Jakarta

Assalamualaikum, Wr. Wb.

Saya Nuryandri Mulya, mahasiswa Pendidikan Geografi Universitas Negeri Jakarta angkatan 2010. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk penyusunan skripsi yang berjudul “ Pengaruh Relokasi Tempat Berjualan Terhadap Penurunan Pendapatan (Studi Kasus Relokasi Pedagang Kaki Lima dari Monumen Nasional Ke Lenggang Jakarta. Oleh karena itu saya mengharapkan kesediaan Bapak / Ibu sekalian untuk menjawab pertanyaan – pertanyaan dalam kuesioner ini dengan sejujur – jujurnya agar dapat diperoleh informasi yang valid dan terpercaya. Kerahasiaan Bapak / Ibu sekalian aman terjaga. Terima kasih banyak atas bantuan dan perhatiannya.

Atas perhatian dan kerjasamanya, Saya ucapkan terima kasih

Peneliti

**Nuryandri Mulya**

**NRM.4315106951**

#### A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama Responden :

.....

2. Jenis Kelamin :

.....

3. Umur :

.....

4. Alamat :

.....

5. Pendidikan terakhir :

- a. Tidak tamat SD
- b. Tamat SD
- c. Tamat SLTP
- d. Tamat SLTA
- e. Sarjana

6. Jenis Dagangan :

.....

**Petunjuk : Pilihlah satu jawaban yang sesuai dengan memberi tanda silang (X) dan isilah titik-titik dengan Jawaban Bapak/ibu**

Sebelum Relokasi

1. Sumber modal Bapak/ibu untuk berdagang diperoleh dari ?
  - a. Modal sendiri
  - b. Pinjaman dari keluarga
  - c. Pinjaman dari pihak lain/orang lain
  - d. Modal sendiri dan orang lain
2. Berapakah harga sewa tempat usaha bapak/ibu perbulannya ?
  - a. Rp. 500.000
  - b. Rp. 500.000 – Rp. 1.500.000
  - c. Rp. 1.500.000 – Rp 2.500.000
  - d. > Rp. 2.500.000
3. Menurut Bapak / Ibu, apakah tempat ibadah yang tersedia dalam kondisi layak digunakan ?



- a. Sangat Tidak Layak
  - b. Tidak Layak
  - c. Layak
  - d. Sangat Layak
4. Sudah berapa lama Bapak/ibu bekerja sebagai pedagang ?
- a. > 6 Tahun
  - b. 4 – 6 Tahun
  - c. 2 – 4 Tahun
  - d. < 2 Tahun
5. Pada jam berapa Bapak/Ibu membuka dan menutup tempat jualan ?
- a. 07.00 – 19.00
  - b. 07.00 – 20.00
  - c. 07.00 – 21.00
  - d. 07.00 – 22.00
6. Cara Bapak/ibu memperoleh bahan makanan, pakaian dan pernak – pernik untuk Berjualan ?
- a. Membelinya di pusat penjualan
  - b. Diantarkan oleh produsen
  - c. Dari pihak pengelola
  - d. Buatan Sendiri
7. Sistem pembayaran bahan makanan, pakaian dan pernak – pernik untuk berjualan Bapak/ibu ?
- a. Tunai
  - b. Kredit
  - c. Berhutang
  - d. Titipan
8. Jumlah jam yang Bapak/ibu gunakan untuk bekerja/berjualan dalam sehari ?  
..... jam
9. Jumlah hari yang Bapak/ibu gunakan untuk bekerja/berjualan dalam seminggu ?  
..... hari
10. Alat transportasi yang Bapak/ibu gunakan dalam bekerja sehari-hari ?
- a. Mobil pick up
  - b. Mobil bukan pick up
  - c. Motor
  - d. Angkutan umum

11. Menurut Bapak/ibu, apakah fasilitas yang disediakan pengelola Lenggang Jakarta di tempat berjualan Bapak/ibu sudah layak keadaannya ? Tolong berikan alasannya.

a. Layak:

.....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....

b. Tidak layak:

.....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....

12. Berapakah hasil pendapatan yang Bapak/Ibu peroleh selama berjualan di lokasi ini dalam sehari ?

Rp.

.....  
 .....

13. Jumlah pengeluaran yang Bapak/ibu keluarkan dalam sehari selama berjualan di lokasi ini dalam sehari ?

Rp.

.....

Sesudah Relokasi

14. Sumber modal Bapak/ibu untuk berdagang diperoleh dari ?

- a. Modal sendiri
- b. Pinjaman dari keluarga

- c. Pinjaman dari pihak lain/orang lain
  - d. Modal sendiri dan orang lain
15. Berapakah harga sewa tempat usaha bapak/ibu perbulannya ?
- a. Rp. 500.000
  - b. Rp. 500.000 – 1.500.000
  - c. Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000
  - d. > Rp. 2.500.000
16. Bagaimana cara Bapak/ibu memperoleh bahan dagangan untuk berjualan ?
- a. Membelinya di pusat berjualan
  - b. Diantarkan oleh produsen
  - c. Dari pihak pengelola
  - d. Buatan sendiri
17. Sistem pembayaran bahan dagangan untuk berjualan ?
- a. Tunai
  - b. Kredit
  - c. Berhutang
  - d. Titipan
18. Jumlah jam yang Bapak/ibu gunakan untuk bekerja/berjualan dalam sehari ?  
..... jam
19. Jumlah hari yang Bapak/ibu gunakan untuk bekerja/berjualan dalam seminggu ?  
..... hari
20. Alat transportasi yang Bapak/ibu gunakan dalam bekerja sehari-hari ?
- a. Mobil pick up
  - b. Mobil bukan pick up
  - c. Motor
  - d. Angkutan umum
21. Menurut anda, apakah fasilitas yang disediakan pengelola di tempat berjualan anda sudah layak keadaannya ? Tolong Alasannya
- a. Layak:  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....
  - b. Tidak Layak:  
.....

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

22. Jumlah penghasilan yang bisa Bapak/ibu dapatkan dalam sebulan dari hasil penjualan?

Rp. ....

23. Jumlah pengeluaran yang Bapak/ibu keluarkan dalam sebulan

Rp.....

24. Menurut Bapak/ibu, apakah setelah relokasi ada tindakan yang diambil dari pihak pengelola dalam mengembangkan lokasi Lenggang Jakarta ?

- a. Ya
- b. Tidak

25. Jika ya, apa saja pengembangan yang telah dilakukan dari pihak pengelola Lenggang Jakarta ?

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

26. Pendapat Bapak/ibu mengenai kebijakan relokasi (pemindahan lokasi) tempat berjualan ini ?

- a. Setuju, alasannya

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

- b. Tidak setuju, alasannya

.....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....

27. Menurut pengamatan Bapak/ibu, lokasi tempat berjualan sekarang ini ?
- Sangat menguntungkan
  - Menguntungkan
  - Kurang menguntungkan
  - Tidak menguntungkan
28. Jumlah pembeli yang datang sesudah adanya relokasi ?
- Meningkat
  - Tetap
  - Menurun
  - Sangat Menurun
29. Menurut Bapak / Ibu, apakah jumlah toilet yang tersedia di Lenggang Jakarta tidak memadai ?
- Sangat Tidak Memadai
  - Tidak Memadai
  - Memadai
  - Sangat Memadai
30. Menurut Bapak/ibu, bagaimana kebijakan yang seharusnya dilakukan pengelola mengenai pengembangan tempat berjualan sekarang ?

.....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....

Terima kasih atas partisipasi Bapak / Ibu

