

# **DINAMIKA PERGESERAN RUANG SOSIAL PEDAGANG KAKI LIMA**

**(Studi Kasus: Pedagang di Arena Lenggang Jakarta, Monas)**



**RR. Maria Desi Ambarwati  
4825127027**

**Skripsi ini ditulis untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Memperoleh  
Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)**

**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2017**

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : RR. Maria Desi Ambarwati

NIM : 4825127027

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Dinamika Pergeseran Ruang Sosial Pedagang Kaki Lima (Studi Kasus: Pedagang di Arena Lenggang Jakarta, Monas)” ini sepenuhnya karya sendiri. Tidak ada bagian di dalamnya yang merupakan plagiat dari karya orang lain dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

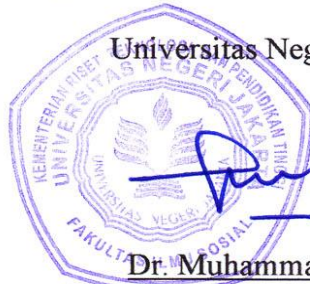
Jakarta, Januari 2017



RR. Maria Desi Ambarwati

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI



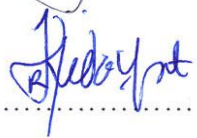
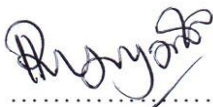
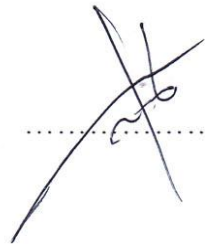
Penanggung Jawab/ Dekan Fakultas Ilmu Sosial



Universitas Negeri Jakarta

Dr. Muhammad Zid, M.Si

NIP. 19630412 199403 1 002

No	Nama	TTD	Tanggal
1.	<u>Dr. Ciek Julyati Hisyam, MM., M.Si</u> NIP. 19620412 198703 2 001 Ketua Sidang		24.01.2017
2.	<u>Ubedillah Badrun, M.Si</u> NIP. 19720315 200912 1 001 Sekretaris Sidang		25.01.2017
3.	<u>Rakhmat Hidayat, PhD</u> NIP. 19800413 200501 1 001 Penguji Ahli		20.01.2017
4.	<u>Rusfadia Saktiyanti Jahja, M.Si</u> NIP. 19781001 200801 2 016 Dosen Pembimbing I		23.01.2017
5.	<u>Abdul Rahman Hamid, SH., MH</u> NIP. 19740504 200501 1 002 Dosen Pembimbing II		23.01.2017

Tanggal Lulus: 9 Januari 2017

## ABSTRAK

RR. Maria Desi Ambarwati, *Dinamika Pergeseran Ruang Sosial Pedagang Kaki Lima (Studi Kasus: Pedagang di Arena Lenggang Jakarta, Monas)*, *Skripsi*, Jakarta: Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta, 2017.

Studi ini menjelaskan tentang relasi agen-struktur yang berubah seiring diterapkannya program penataan Pedagang Kaki Lima (selanjutnya disebut PKL) dengan fokus kajian pedagang kuliner dan non-Kuliner di arena Lenggang Jakarta, Monas. Pedagang sebagai agen informal menginginkan kondisi peningkatan dalam kelas sosial sehingga menerima program penataan yang dibuat oleh Pemerintah Daerah Khusus Ibukota Jakarta (selanjutnya disingkat Pemda DKI Jakarta), tentu dengan persyaratan administrasi yang harus dipenuhi oleh pedagang. Menghindari razia dan memiliki tempat dagang yang lebih baik, membuat pedagang menerima program penataan ini. Pedagang sebagai agen informal memiliki keterbatasan kapital, dan berusaha beradaptasi dengan struktur yang dibentuk oleh agen formal. Pedagang pun membuat strategi tertentu yang didasari oleh struktur di Lenggang Jakarta. Tujuan penelitian ini untuk menjelaskan relasi antara para agen yang dipengaruhi struktur pada Arena Lenggang Jakarta, dan juga dominasi yang diterapkan oleh agen formal kepada agen informal.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Penelitian sejenis yang terkait dengan fenomena penataan PKL, dilakukan oleh Dimas Tiko Prahadisasono dan Suryantika Sinaga yang sama-sama melihat manfaat program penataan PKL. Kerangka konsep yang digunakan dalam penelitian adalah konsep *field*, konsep agen-struktur, dan konsep PKL. Penulis melakukan penelitian di lokasi kuliner dan non-Kuliner bernama Lenggang Jakarta yang berada di Ikatan Restoran dan Taman Indonesia Monumen Nasional (selanjutnya disebut IRTI Monas). Penulis melakukan wawancara dengan jumlah informan sebanyak 12 orang dengan perincian 2 informan kunci dari Dinas dan Sudin KUMKMP, dan informan lainnya sebagai data pendukung masing-masing dari sisi pedagang resmi kuliner dan non-Kuliner, sisi konsumen, pedagang tidak resmi, dan informan pendukung sebagai triangulasi data.

Berdasarkan data yang berhasil dikumpulkan, terdapat perubahan yang terjadi dikarenakan perubahan arena, seperti relasi antara agen formal dan informal, adanya perubahan struktur yang diterapkan agen formal, dan struktur tersebut juga mempengaruhi adaptasi pedagang di Arena Lenggang Jakarta. Penulis memberikan argumen bahwa struktur yang terbentuk mengakibatkan keterbatasan penerapan strategi yang dilakukan pedagang, serta mempengaruhi pedagang dari segi penerapan strategi, pendapatan, dan relasi yang sudah terbentuk dengan konsumen.

**Kata Kunci:** Program Lenggang Jakarta, PKL, Dinamika, Ruang, Pedagang.

## **ABSTRACT**

*RR. Maria Desi Ambarwati, The Dynamics of Shifting Social Space of Street Vendors (Case Study: Vendors at Lenggang Jakarta, Monas), Skripsi, Jakarta: Study Program of Sociology, Faculty of Social Science, Jakarta State University, 2017.*

*The research explain about the relation of agents-structure that has been changed after enactment of the street vendors structuring program with the study focuses on culinary and non-culinary vendors at Lenggang Jakarta, Monas. Vendors as informal agent, wants to change their social class so they receive the structuring program that was made by the Regional Government of Jakarta, and of course they must through the registration process. They receive the program because they want to avoid the raid and they can having the better marketplace. Vendor as an informal agent had a limited capital and they must try to adapt the structure which formed by formal agent. The vendors make the selling strategies which based on structures in Lenggang Jakarta. The purpose of this research is to explain the relation between agents that affected by the structure in Lenggang Jakarta, and also to explain the domination of formal agents to informal agents.*

*This research used the qualitative approach with case study method. Previous research that explain about street vendor phenomenon was made by Dimas Tiko Prahadisasono and Suryantika Sinaga. Their research focus on the benefit of program. The framework of concept is field concept, agen-structure concept, and street vendor concept. The author conducting the research at culinary and non-culinary location called Lenggang Jakarta, Ikatan Restoran and Taman Indonesia, Monumen Nasional. The author conducting the interview with twelve informants, with two key informants from Dinas KUMKMP and Sudin KUMKMP; and then other informants whose give supporting data from Culinary and non-Culinary Vendors at Lenggang Jakarta, Lenggang Jakarta Consumers, illegal vendors, and an informant who give the supporting data for triangulation.*

*Based on the data collected, there are changes that occur by the changes of arena, such as relation between formal agent and informal agents, the implementation of new structure by formal agents, and that structure also affect the adaptation of vendors at Lenggang Jakarta. The author argue that the formed structure, causing the limitation of implementation strategy which done by vendors at Lenggang Jakarta, that structure also affect the vendors from implementation strategy, revenue, and the relations that are already formed with consumers.*

**Keywords:** *Lenggang Jakarta Program, street vendors, Dynamics, Space, Vendors.*

## **MOTTO**

Kehidupan itu tidak selamanya berjalan lurus, adakalanya penuh dengan tikungan tajam, setiap pilihan dalam menjalani kehidupan ada ditangan kita sendiri, yakni tetap berusaha dan berpegang padaNya atau menyerah.

## LEMBAR PERSEMBAHAN

### *Yang Terutama dari segalanya*

*Puji Syukur kuucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, perlindungan, dan bimbingan untukku selama ini.*

### *Almarhumah Mama Tercinta*

*Terima kasih sudah membesarkan ku, meskipun kebersamaanku denganmu terbatas oleh waktu dan belum bisa membahagiakanmu, aku mempersembahkan skripsi ini sebagai langkah awal janjiku untuk bisa membuatmu bangga di sana.*

### *Papa dan Mamaku*

*Papa, terima kasih sudah sempat berjuang membesarkan ku seorang diri. Mama, terima kasih sudah memberikan ku kasih sayang seorang Ibu yang sempat tidak bisa kurasakan. Terima kasih atas pengorbanan, doa, motivasi yang sudah diberikan kepada putri semata wayangmu ini. Skripsi ini adalah hadiah kecil sebagai pembuktian dari putrimu.*

### *Andi Nugroho*

*Terima kasih ya sudah mendampingi aku, sabar, berkorban dan mengerti aku. Terima kasih untuk semua yang sudah dilakukan. Semoga kamu bisa terus menjadi seseorang yang spesial seterusnya.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya kepada penulis sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi dengan judul *Dinamika Pergeseran Ruang Sosial Pedagang Kaki Lima* ini tepat pada waktunya. Skripsi ini berisikan tentang berbagai perubahan yang dialami Pedagang Kaki Lima sesudah penerapan program dengan objek kasus yang diangkat ialah pedagang Lenggang Jakarta di Ikatan Restoran Taman Indonesia, Monas. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun selalu penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Selama proses penyusunan skripsi ini, terdapat berbagai pihak yang mendukung serta membantu kelancaran penulisan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini sangat sulit tanpa adanya dukungan dan bimbingan dari semua pihak selama masa perkuliahan. Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Muhammad Zid, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta.
2. Dr. Robertus Robet, MA selaku Koordinator Program Studi Sosiologi, Universitas Negeri Jakarta.
3. Rusfadia Saktiyanti Jahja, M.Si, selaku Dosen Pembimbing 1 yang dengan sabar membimbing penulis dan memberikan referensi-referensi yang sangat membantu penyelesaian skripsi ini.
4. Abdul Rahman Hamid, S.H., M.H., selaku Dosen Pembimbing 2 yang bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing penulis selama ini dan memberikan saran bagi kemajuan skripsi yang dilakukan penulis.
5. Rakhmat Hidayat, PhD selaku Penguji Ahli sidang skripsi yang bersedia meluangkan waktunya untuk menghadiri sidang skripsi dan memberikan saran kepada penulis terkait skripsi ini.
6. Dr. Ciek Julyati Hisyam, MM., M.Si selaku Ketua Sidang yang bersedia meluangkan waktunya dan memberikan saran kepada penulis terkait skripsi ini.
7. Ubedillah Badrun, M.Si selaku Sekretaris Sidang yang bersedia meluangkan waktunya untuk menghadiri sidang penulis dan memberikan saran kepada penulis terkait skripsi.
8. Ahmad Tarmiji, M.Si selaku Dosen Penguji SPS yang bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan masukan dan saran teknik penulisan skripsi ini.
9. Dewi Sartika, M.Si selaku Pembimbing Akademik yang turut sabar untuk membimbing penulis selama perkuliahan.



10. Yuanita Aprilandini, M.Si selaku tokoh yang memahami penataan pedagang. Penulis mengucapkan terima kasih atas waktu dan saran yang diberikan terkait penelitian skripsi ini.
11. Mega Susanti dan Kartika Yuniarti selaku staf jurusan yang telah dengan sabar membantu penulis dalam memberikan informasi perkuliahan.
12. Pihak informan penelitian dari Dinas KUMKMP, Suku Dinas KUMKMP, pedagang, dan konsumen Lenggang Jakarta yang telah bersedia meluangkan waktunya dalam memberikan informasi yang dibutuhkan.
13. Fitria Diani, Geraldora, Ayu Widiawari, Meliana Arini, Nunung, Nisa, Eggy Hellya, Reza M, dan teman-teman Sosiologi Pembangunan 2012 yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih sudah menemani dan membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini, secara khusus Gloria Aryani, Erlina Choirunnisa, Febri Pandaoni, Aulia Faurani, Nisrina Fatiny, Tiur Maria, Triana Kartika, Okino Dwi, Juli Maria, Indira Rahmayanti.
14. Teman-teman organisasi, terima kasih atas bantuan dan pengertiannya.

Akhir kata, penulis sampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini dan tidak dapat disebutkan satu persatu. Semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa membimbing segala usaha kita. Amin.

Jakarta, Januari 2017

RR. Maria Desi Ambarwati

## DAFTAR ISI

<b>JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>LEMBAR PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR SKEMA .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR SINGKATAN.....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan Penulisan.....	4
1.3 Tujuan Penulisan .....	5
1.4 Tinjauan Pustaka.....	6
1.5 Kerangka Konseptual.....	17
1.5.1 Konsep <i>Field</i> .....	17
1.5.2 Konsep Agen-Struktur .....	18
1.5.3 Konsep Pedagang Kaki Lima .....	21
1.6 Hubungan antar Konsep .....	22
1.7 Metodologi Penulisan .....	23
1.7.1 Lokasi dan Waktu Penulisan .....	24
1.7.2 Peran Penulis .....	25
1.7.3 Teknik Pengumpulan Data .....	26
1.7.4 Analisis Data .....	26
1.7.5 Triangulasi Data .....	27
1.7.6 Informan Penelitian .....	28
1.8 Sistematika Penelitian.....	29
<b>BAB II. PROGRAM LENGANG JAKARTA</b>	
<b>SEBAGAI SOLUSI PENERTIBAN PKL IRTI MONAS .....</b>	<b>31</b>
2.1 Pengantar .....	31
2.2 Latar Belakang Kebijakan .....	32
2.3 Sosialisasi terkait Rencana Implementasi	
Program Lenggang Jakarta .....	36
2.4 Penyusunan Perencanaan.....	38
2.5 Pemilihan Lokasi dan Pihak yang Bekerja Sama .....	43

2.6	Proses pra-Penerapan Program .....	45
2.6.1	Lokasi Awal .....	45
2.6.2	Proses Pendaftaran dan Verifikasi.....	46
2.6.3	Proses Pemberdayaan Pedagang .....	47
2.7	Proses Implementasi Program .....	49
2.7.1	Proses Pembongkaran .....	49
2.7.2	Proses <i>Launching</i> dan Pengundian Kios .....	51
2.8	Profil Lenggang Jakarta .....	52
2.9	Penutup .....	55
<b>BAB III. PERUBAHAN RELASI SOSIAL</b>		
<b>MELALUI PROGRAM LENGANG JAKARTA .....</b>		<b>57</b>
3.1	Pengantar .....	57
3.2	Lenggang Jakarta sebagai <i>Field</i> .....	58
3.3	Peran Agen dalam Perencanaan Program.....	63
3.4	Relasi antara Agen Sosial di Lenggang Jakarta.....	67
3.4.1	Relasi Makro antara Pedagang dengan Satpol PP.....	67
3.4.2	Relasi Makro antara Pedagang dengan Instansi Pemerintah.....	72
3.4.3	Relasi Sosial Meso (Pedagang dengan Pengelola Lokasi Lenggang Jakarta) .....	74
3.4.4	Relasi Mikro antar Pedagang .....	76
3.4.5	Relasi Mikro antara Pedagang dengan Konsumen.....	78
3.5	Struktur Peraturan di Lenggang Jakarta .....	86
3.5.1	Peraturan Penempatan Pedagang .....	86
3.5.2	Peraturan Berdagang di Lenggang Jakarta.....	91
3.5.3	Peraturan Target Penjualan dan Sistem Pembayaran .	95
3.5.4	Pengawasan PKL (Pengawasan Makanan dan Lingkungan Lenggang Jakarta) .....	98
3.5.5	Pengawasan oleh Satpol PP.....	102
3.6	Penutup .....	106
<b>BAB IV. DILEMA PERGESERAN RUANG SOSIAL PEDAGANG .....</b>		<b>108</b>
4.1	Pengantar .....	108
4.2	Perebutan Ruang antara Pedagang Resmi dengan Pedagang Tidak Resmi.....	109
4.3	Dinamika Kapital sebagai Akar Kekuasaan dalam Arena Lenggang Jakarta.....	112
4.3.1	Kapital Simbolik dan Kapital Ekonomi .....	112
4.3.2	Kapital Budaya .....	116
4.4	Dominasi Agen oleh <i>Doxa</i> di Lenggang Jakarta .....	119
4.4.1	Perubahan Arena Pedagang menjadi non-Mobilisasi.....	119
4.4.2	Internalisasi Nilai-Nilai Agen Formal ke Agen Informal .....	124

4.5	Perbandingan Internalisasi <i>Doxa</i> Agen Formal ke Agen Informal.....	132
4.6	Keterbatasan Penerapan Strategi <i>Heterodoxy</i> Pedagang Lenggang Jakarta.....	139
4.7	Perbandingan Penerapan Strategi <i>Heterodoxy</i> Agen Formal dalam Menata Pedagang Kaki Lima.....	142
4.8	Penutup .....	147
<b>BAB V.</b>	<b>PENUTUP .....</b>	<b>149</b>
5.1	Kesimpulan .....	149
5.2	Saran .....	150
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>151</b>
	<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>154</b>
	<b>RIWAYAT PENULIS.....</b>	<b>211</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Perbandingan Tinjauan Penelitian Sejenis .....	16
Tabel I.2	Daftar Informan yang Menjadi Sasaran Eksplorasi Data.....	28
Tabel II.1	Waktu Operasional Lenggang Jakarta.....	52
Tabel II.2	Jenis Pedagang dan Kategori Produk yang Dijual .....	53
Tabel III.1	Perbandingan Harga Makanan dan Minuman.....	84
Tabel III.2	Pembagian Blok Kuliner di Lenggang Jakarta .....	87
Tabel IV.1	Perbedaan Penerapan <i>Doxa</i> Lenggang Jakarta dengan <i>Doxa</i> Negara Maju.....	138
Tabel IV.2	Perbandingan <i>Heterodoxy</i> Lenggang Jakarta dengan Negara Maju .....	146

## DAFTAR SKEMA

Skema I.1	Hubungan antar Konsep .....	23
Skema II.1	Tahap Perencanaan .....	42
Skema II.2	Agen yang Terlibat pada Tahap Pembongkaran .....	50
Skema III.1	Alur Kontribusi Modal Sosial <i>Trust</i> .....	59
Skema III.2	Alur Kontribusi Modal Sosial <i>Norm</i> .....	61
Skema III.3	Alur Kontribusi Modal Sosial <i>Networking</i> .....	62
Skema III.4	Alur Perencanaan Program Lenggang Jakarta .....	66
Skema III.5	Pihak Agen Formal dan Informal .....	68
Skema III.6	Relasi Pedagang dengan Satpol PP pra-Implementasi Program Lenggang Jakarta .....	69
Skema III.7	Relasi Pedagang dengan Satpol PP Pasca Implementasi Program Lenggang Jakarta .....	70
Skema III.8	Relasi Instansi Pemerintah-Pengelola dengan Pedagang Lenggang Jakarta .....	72
Skema III.9	Relasi Pedagang dengan Pengelola Lenggang Jakarta .....	76
Skema III.10	Relasi antar Pedagang .....	78
Skema III.11	Relasi Pedagang dengan Konsumen pra-Penataan .....	79
Skema III.12	Relasi Pedagang dengan Konsumen Pasca Penataan .....	80
Skema III.13	Pemetaan Agen untuk Pengawasan dari Segi Bahan Makanan .....	99
Skema III.14	Relasi Kerjasama Satpol PP dengan PKL Tidak Resmi .....	104
Skema III.15	Alur Razia PKL Tidak Resmi .....	105
Skema IV.1	Perebutan Arena Lenggang Jakarta .....	111
Skema IV.2	Kapital Simbolik dan Kapital Ekonomi .....	115
Skema IV.3	Kapital Budaya .....	119
Skema IV.4	Perubahan Arena Pedagang .....	124
Skema IV.5	Internalisasi <i>Habitus</i> Agen Formal ke Pedagang Lenggang Jakarta (Agen Informal) .....	132
Skema IV.6	Penerapan <i>Doxa</i> oleh Agen Formal ke Agen Informal .....	136
Skema IV.7	Alur Kontribusi Modal Sosial Pedagang Lenggang Jakarta .....	140

## DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	Lokasi Lenggang Jakarta.....	4
Gambar II.1	PKL Sebelum Ditata Sekitar IRTI (Kiri) dan Cawan Monas (Kanan) .....	34
Gambar II.2	Lokasi Lenggang Jakarta (Gerbang Masuk Samping Kiri) dan Lenggang Jakarta Tampak Depan (Kanan) .....	55
Gambar III.1	Pemetaan Sederhana Posisi Kios Pedagang Lenggang Jakarta	89
Gambar III.2	Tempat Berjualan Pedagang non-Kuliner (Kiri) dan Tempat Berjualan Pedagang Kuliner (Kanan).....	90
Gambar III.3	Pengumuman Penetapan Target Penjualan per Bulan .....	96
Gambar III.4	Pembayaran Gratis Jika Tidak <i>Cashless</i> .....	97
Gambar III.5	Kondisi Lenggang Jakarta pada Hari Sabtu di Area Depan (Blok A).....	106
Gambar IV.1	Perubahan Ruang Pedagang .....	123
Gambar IV.2	Penempatan Hiburan bagi Pengunjung Lenggang Jakarta .....	145

## DAFTAR LAMPIRAN

Daftar Pustaka .....	151
Instrumen Penelitian.....	154
Wawancara Dinas KUMKMP .....	160
Wawancara Suku Dinas KUMKMP .....	172
Wawancara Pedagang .....	186
Wawancara Konsumen.....	194
Wawancara Ahli.....	199
Data Pedagang Lenggang Jakarta .....	202
Riwayat Hidup .....	209



## DAFTAR SINGKATAN

1. Biro Tapem                      Biro Tata Pemerintahan
2. BPKD                            Badan Pengelola Keuangan Daerah
3. BPOM                            Badan Pengawasan Obat dan Makanan
4. CSR                                *Corporate Social Responsibility*
5. Dinas KUMKMP                Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, serta  
Perdagangan
6. EDC                                *Electronic Data Captures*
7. IRTI Monas                      Ikatan Restoran dan Taman Indonesia, Monumen Nasional
8. KK                                 Kartu Keluarga
9. KPK Monas                      Kantor Pengelola Kawasan Monumen Nasional
10. KTP DKI Jakarta                Kartu Tanda Penduduk Daerah Khusus Ibukota Jakarta
11. Monas                            Monumen Nasional
12. Pemda DKI Jakarta            Pemerintah Daerah Khusus Ibukota Jakarta
13. Pergub                            Peraturan Gubernur
14. PKL                                Pedagang Kaki Lima
15. RTRW                            Rencana Tata Ruang dan Wilayah

- |     |              |  |
|-----|--------------|--|
| 16. | Satpol PP    | Satuan Polisi Pamong Praja   |
| 17. | SKPD         | Satuan Kerja Perangkat Daerah  |
| 18. | Sudin KUMKMP | Suku Dinas Koperasi, Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah, serta<br>Perdagangan |
| 19. | Wasdal       | Pengawasan Dalam   |

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Beberapa konflik terjadi antara Pedagang Kaki Lima (selanjutnya disingkat PKL) dengan aparat pemerintah seperti Satuan Polisi Pamong Praja (selanjutnya disingkat Satpol PP), seperti yang terjadi di Pasar Tanah Abang tahun 2014<sup>1</sup> dan Monumen Nasional (selanjutnya disingkat Monas) tahun 2015<sup>2</sup>. Konflik tersebut dipicu oleh pemilihan lokasi yang terlihat strategis untuk berdagang, yakni lokasi wisata, lokasi perbelanjaan, dan lokasi lainnya yang tampak ramai dengan calon konsumen. Cukup sulit untuk menata Pedagang Kaki Lima mengingat jumlah pedagang yang banyak dan mayoritas berasal dari kaum pendatang dengan keterbatasan *skill* dan pengetahuan yang dimiliki.

Salah satu wilayah yang cukup strategis untuk berdagang adalah kawasan Monas yang terkategori sebagai kawasan wisata dan cukup ramai pengunjung, oleh karena itu PKL di Monumen Nasional, khususnya wilayah Ikatan Restoran dan Taman Indonesia Monumen Nasional (selanjutnya disingkat IRTI Monas) memiliki jumlah yang cukup banyak dan terus bertambah. Pemerintah DKI Jakarta membuat suatu program penataan PKL yang bertujuan untuk menata wilayah Monas. Salah

---

<sup>1</sup>Data diperoleh [metro.sindonews.com/read/871747/31/penertiban-pkl-tanah-abang-ricuh-2-provokator-diciduk-1402307575](http://metro.sindonews.com/read/871747/31/penertiban-pkl-tanah-abang-ricuh-2-provokator-diciduk-1402307575). Diakses pada tanggal 10 Januari 2017, pukul 10.05 WIB.

<sup>2</sup>Data diperoleh [news.liputan6.com/read/2256189/diserbu-pkl-monas-satpol-pp-sebut-penyerangan-sangat-serius](http://news.liputan6.com/read/2256189/diserbu-pkl-monas-satpol-pp-sebut-penyerangan-sangat-serius). Diakses pada tanggal 10 Januari 2017, pukul 10.20 WIB.

satu bentuk kebijakan tersebut ialah penataan PKL melalui program Lenggang Jakarta yang menetapkan lokasi dagang PKL secara permanen.

Program Lenggang Jakarta merupakan program yang diterapkan pemerintah untuk menata berbagai PKL di IRTI Monas. Lokasi IRTI Monas ditujukan sebagai tempat khusus para pedagang agar mendapatkan tempat yang lebih baik, program Lenggang Jakarta ini juga memiliki tujuan untuk menata pedagang akibat ketidakteraturan lokasi dagang yang dipilih PKL dan membatasi jumlah PKL agar dapat terpantau. Lokasi dagang tersebut dinamai Lenggang Jakarta sebagai ciri produk kuliner dan non-Kuliner yang dijual adalah khas Indonesia.

Implementasi program ini juga melibatkan berbagai pihak, Pemerintah Daerah Khusus Ibukota Jakarta (selanjutnya disingkat Pemda DKI Jakarta) turut menggandeng pihak swasta sebagai pembangun dan penyedia fasilitas untuk Lenggang Jakarta. Terdapat penerapan tiga zonasi di area ini yakni penjual makanan dan minuman, penjual fashion serta penjual souvenir.<sup>3</sup> Pihak swasta juga memberikan pelatihan kepada pedagang yang sudah terdata dan terverifikasi untuk menempati lokasi dagang yang permanen, adapun pedagang yang sudah terdata tidak semuanya bisa menempati area Lenggang Jakarta dikarenakan keterbatasan tempat yang ada sehingga sistem undi penempatan pun diberlakukan. Pelatihan yang diberikan dalam tiga tahap yakni 3 November – 17 November 2014. Bentuk-bentuk pelatihan tersebut meliputi pembuatan lima puluh menu makanan, seperti bakso dan makanan khas

---

<sup>3</sup> Data diperoleh [www.rmol.co/read/2014/09/01/170216/PKL-Monas-Diajak-Bersih-&-Tak-Main-Tembak-Harga-](http://www.rmol.co/read/2014/09/01/170216/PKL-Monas-Diajak-Bersih-&-Tak-Main-Tembak-Harga-). Diakses pada tanggal 10 Oktober 2015, pukul 13.00 WIB.

betawi, kerak telur. Selain itu, pelatihan juga ditujukan untuk penyajian makanan terhadap para pembeli.<sup>4</sup> Pedagang Lenggang Jakarta yang sudah terdata dan terverifikasi sudah mulai beroperasi sejak Mei 2015. (Lihat Gambar I.1 Lokasi Lenggang Jakarta).

Permasalahan yang muncul berasal dari perubahan penetapan lokasi dagang, dimana pedagang sebelumnya dapat leluasa berpindah lokasi jika situasi sepi pembeli, dan tidak ketatnya peraturan yang diberlakukan. Pedagang awalnya diberitahukan implementasi program Lenggang Jakarta hanya untuk memperbagus kondisi tempat berjualan dan tidak disertai peraturan-peraturan yang cukup rumit. Peraturan-peraturan yang berlaku di Lenggang Jakarta antara lain pemotongan langsung 30% pada setiap menu kuliner yang dijual dikarenakan adanya penunggakan biaya retribusi pedagang, sistem pembayaran tidak bisa tunai dan harus menggunakan *electronic money* (selanjutnya disingkat *e-money*), serta adanya penetapan target penjualan. Tentunya hal tersebut menimbulkan berbagai perubahan yang mempengaruhi pendapatan pedagang, relasi antar pedagang, relasi pedagang dengan konsumen dan pemerintah, serta keefektifan strategi yang diterapkan, baik itu strategi yang diterapkan agen formal terkait maupun dari pedagang Lenggang Jakarta sendiri. Oleh karena itu, penulis tertarik terhadap program ini untuk melihat relasi yang terjadi akibat perubahan ruang pedagang dan terjadinya berbagai dinamika

---

<sup>4</sup> Data diperoleh [wartakota.tribunnews.com/2014/11/05/pedagang-lenggang-jakarta-ikuti-pelatihan](http://wartakota.tribunnews.com/2014/11/05/pedagang-lenggang-jakarta-ikuti-pelatihan). Diakses pada tanggal 10 Oktober 2015, pukul 13.10 WIB.

akibat perubahan ruang tersebut. Penulis juga membandingkan penataan pedagang di Lenggang Jakarta dengan penataan pedagang yang dilakukan salah satu negara maju.

**Gambar I.1**  
**Lokasi Lenggang Jakarta**



Sumber: Data Sekunder wikimapia.org (April, 2016)

Keterangan: Lokasi Lenggang Jakarta (kiri dari kotak kuning). Sedangkan lokasi yang diberi tanda kotak kuning merupakan area parkir yang disediakan bagi pengunjung Monas.

## 1.2 Permasalahan Penulisan

Setiap kota memiliki perkembangan dan pertumbuhan yang terencana dan terukur serta dituangkan dalam perencanaan kota yang disusun dengan jangka waktu tertentu. Perencanaan tata ruang kota meliputi aspek Nasional, Provinsi, dan Kabupaten. Agen formal terkait merumuskan perencanaan tersebut dalam Rencana Tata Ruang dan Wilayah (selanjutnya disingkat RTRW) jangka panjang dan jangka pendek sehingga terdapat program-program yang disusun terkait aspek yang dimaksud dalam RTRW. Pembagian kawasan dalam tata ruang kota terbagi menjadi beberapa zona seperti perumahan dan permukiman, perdagangan dan jasa, industri,

zona hijau sehingga terjadi pengembangan atau pembudidayaan dalam zona tersebut. Program yang disusun ialah Lenggang Jakarta, program ini adalah program penataan pedagang kaki lima dan sekaligus dinamai Lenggang Jakarta. Lokasi Lenggang Jakarta merupakan lokasi dagang kuliner serta non-Kuliner di IRTI Monas. Selain di IRTI Monas, Lenggang Jakarta juga akan diterapkan juga di wilayah administrasi lainnya. Implementasi program ini juga akan menimbulkan perubahan relasi, penyesuaian strategi pedagang dikarenakan adanya perubahan ruang berdagang, dan dinamika lain terkait perubahan tersebut. Oleh karena itu, penulis merumuskan beberapa permasalahan yang sekiranya dapat menjadi acuan isi penulisan ini.

1. Bagaimana relasi antara para pihak dalam program Lenggang Jakarta?
2. Bagaimana terjadinya dilema pergeseran ruang sosial pedagang?

### **1.3 Tujuan Penulisan**

Dalam studi permasalahan mengenai dinamika pergeseran ruang sosial pedagang kaki lima, penulisan ditujukan untuk perkembangan ilmu pengetahuan, bahan masukan bagi program, dan sebagai pelengkap dalam tinjauan penulisan sejenis. Penulisan ini akan menjelaskan keterlibatan pihak agen formal dan informal dalam perencanaan melalui gambaran skema yang disusun, kemudian penulis juga akan menjelaskan *doxa* dan *heterodoxy* dari program penataan Pedagang Kaki Lima ini. Penulis lebih mengkaji relasi, keterlibatan agen dalam *doxa*, serta strategi *heterodoxy* pedagang yang diakibatkan dari program penataan sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan untuk mengkaji program ini.

#### 1.4 Tinjauan Pustaka

Penulisan mengenai **Dinamika Pergeseran Ruang Sosial Pedagang Kaki Lima**, penulis mengacu kepada studi sejenis yang pernah dilakukan sebelumnya, seperti skripsi, jurnal, ataupun studi sejenis yang relevan. Sejauh yang penulis amati, penulisan mengenai dinamika pergeseran ruang sosial PKL sudah banyak dilakukan, namun penulisan yang membahas adanya relasi, penerapan *doxa*, dan strategi *heterodoxy* program Lenggang Jakarta, masih jarang ditemukan. Oleh karena itu, penulis mencoba mengkaji beberapa penulisan terkait PKL dan Kondisi PKL pasca relokasi, fenomena dinamika PKL sebagai tinjauan pustaka.

*Pertama*, Penelitian yang dilakukan oleh Dimas Tiko Prahadisasongo (Departemen Ilmu Kesejahteraan Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik)<sup>5</sup> berjudul Penataan Pedagang Kaki Lima di Kawasan Pasar Anyar Kota Bogor dan Upaya Pemasaran Sosial. Penelitian melihat bagaimana proses keberlangsungan program penataan dan manfaat bagi Pedagang Kaki Lima di Pasar Anyar, Kota Bogor. Metode penelitian ini menggunakan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Pemasaran sosial secara umum dan dari berbagai perspektif seperti Teori Pemasaran Sosial dalam Perspektif Ilmu Kesejahteraan Sosial, Teori Pemasaran Sosial dalam Konteks Perubahan Perilaku, Teori Proses Manajemen Pemasaran Sosial.

---

<sup>5</sup> Dimas Tiko Prahadisasongo, *Penataan Pedagang Kaki Lima di Kawasan Pasar Anyar Kota Bogor dan Upaya Pemasaran Sosial*, Tesis, Depok, Program Pasca Sarjana, Departemen Ilmu Kesejahteraan Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia, 2012.



Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses penataan PKL seperti desain program penataan PKL, implementasi program penataan, dan pengawasan program penataan PKL masih memiliki banyak persoalan dan perlu ditindak lanjuti. Hal tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut: 1) Desain program penataan PKL di sekitar kawasan Pasar Anyar Kota Bogor masih jauh dari harapan PKL dan dapat dilihat dari isi program masih mengacu pada peraturan-peraturan lama tanpa melihat kondisi atau jumlah PKL yang begitu banyak, penyusunan Perda tidak melibatkan stakeholder/PKL, terjadi pertentangan suara antara kepentingan pemerintah sebagai regulator dan para PKL sebagai rakyat yang memiliki hak untuk hidup, disain program tidak tepat sasaran/tidak pada target adopter; 2) Implementasi program meliputi: a) tahap pelaksanaan yang lebih merupakan tahap perencanaan atau perumusan arah penawaran sosial itu sendiri dan tahap ini berkaitan dengan penentuan tujuan pemasaran sosial, penentuan produk sosial, penentuan target adopter, dan tenaga penawaran; b) kurang adanya penataan yang berkesinambungan dan berkala; c) diperlukan pengetahuan yang mendalam dari target adopter menyangkut penataan; d) Pemda tidak konsisten dalam penentuan target adopter; e) Kegiatan Penataan PKL meliputi kegiatan penunjukan lokasi, sosialisasi, penertiban lahan yang akan digunakan pembangunan lapak, penempatan PKL, pembuatan taman, perbaikan trotoar seta pengawasan dan pengendalian belum menunjukkan hasil yang baik; f) kegiatan dilaksanakan oleh TIM. 3) Pengawasan program PKL mengalami banyak kendala, hal tersebut dilatarbelakangi kurang tegasnya petugas, saling lempar tanggung jawab, status petugas sebagian besar TKK dengan pendapatan

yang minim, kurangnya sarana dan prasarana pendukung, kurangnya kesadaran dari para pedagang, dan tidak adanya penghargaan atas kinerja yang telah dicapai oleh petugas. Kurangnya koordinasi dan integrasi selama pelaksanaan program. Sehingga program tidak berjalan lancar. *Reward* pun tidak begitu dipentingkan dbagi petugas yang menyebabkan petugas melemparkan tanggung jawab dan berakibat buruk bagi pelaksanaan program.

*Kedua*, penulis yang pernah dilakukan terkait kondisi PKL pasca relokasi dilakukan oleh Eko Handoyo<sup>6</sup>, Dosen Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Semarang dalam Jurnal Komunitas yang berjudul “Kontribusi Modal Sosial Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Pedagang Kaki Lima Pascarelokasi”. Penulisan ini menjelaskan pentingnya modal sosial dalam bidang sosial ekonomi bagi PKL pascarelokasi serta pentingnya peranan pemerintah dalam mengembangkan modal sosial yang dimiliki PKL untuk bertahan di tempat relokasi. Penulisan yang dilakukan oleh Eko Handoyo ini mengambil lokasi di Kota Semarang, khususnya PKL yang menjalankan usaha di jalan Menteri Soepeno. Unit analisis penulisan ini adalah para pedagang kaki lima yang sebelumnya berdagang di jalan Pahlawan sejak tahun 2010 dan direlokasi ke jalan Menteri Soepeno.

Hasil penulisan ini menyebutkan bahwa pedagang mulai menerima kebijakan relokasi tersebut, hal ini dilatarbelakangi pemerintah menyediakan semua fasilitas seperti: gerobak, listrik, air. Biaya retribusi yang dikenakan juga cukup ringan sebesar

---

<sup>6</sup> Eko Handoyono, *Kontribusi Modal Sosial Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Pedagang Kaki Lima Pascarelokasi*, Jurnal Komunitas, Vol. 5 No.2, 2013, Semarang: Universitas Negeri Semarang.

Rp8.000,00. Selain membayar kontribusi kepada pemerintah, pedagang juga membayar listrik, air, dan keamanan, dimana jumlahnya tidak lebih dari Rp10.000,00. Hal ini juga menunjukkan terdapat adaptasi secara sosial dan ekonomi ketika terjadi perubahan, adaptasi tersebut lebih mudah bagi PKL. Adaptasi sosial berupa daya tahan pedagang dalam menghadapi krisis. Sedangkan, adaptasi social adalah pedagang yang lama dapat menerima kehadiran pedagang baru yang direlokasi. Modal sosial juga memberikan kontribusi adaptasi pedagang dalam meningkatkan kesejahteraan pedagang dalam memenuhi kebutuhan minimal pedagang serta menjamin kelangsungan hidup pedagang. Namun, ada beberapa kesulitan yang juga dirasakan, salah satunya seperti mencari pelanggan baru.

*Ketiga*, Penelitian yang dilakukan oleh Dinarjati Eka Puspitasari<sup>7</sup> dalam Jurnal Komunitas berjudul “Penataan Pedagang Kaki Lima Kuliner untuk Mewujudkan Fungsi Tata Ruang Kota di Kota Yogyakarta dan Kabupaten Sleman”. Penelitian ini bertujuan melihat pola penataan pedagang yang sesuai dengan tata ruang kawasan publik dan juga dapat menunjang kinerja ekonomi pedagang. Metode penelitian ini menggunakan kualitatif dan kuantitatif dengan observasi, wawancara, serta kuisisioner yang mendalam. Beberapa teori yang digunakan dalam penulisan ini

- 1) Teori Herman Hermit yang menjelaskan bahwa arah dan kerangka pemikiran serta pendekatan-pendekatan dalam pengaturan Undang-Undang Penataan Ruang (UUPR) wajib dijiwai oleh asas keadilan, sebagaimana asas-asas hukum dan peraturan

---

<sup>7</sup> Dinarjati Eka Puspitasari, *Penataan Pedagang Kaki Lima Kuliner untuk Mewujudkan Fungsi Tata Ruang Kota di Kota Yogyakarta dan Kabupaten Sleman*, Jurnal Mimbar Hukum. Vol. 22 No. 3, 2010, Yogyakarta: Universitas Gajah Mada.

perundang-undangan yang lain; 2) Teori Rustan Hakim: ruang umum pada dasarnya merupakan wadah yang dapat menampung aktivitas tertentu dari masyarakatnya, baik secara individu maupun secara kelompok dimana bentuk ruang publik ini sangat tergantung pada pola dan susunan massa bangunan. Menurut sifatnya, ruang publik terbagi dua jenis, yaitu: ruang publik tertutup dan terbuka.

Hasil penelitian ini ialah pola penataan PKL di Yogyakarta meliputi tiga tahapan, yakni: 1) relokasi: dalam hal ini, pemerintah Kota tidak begitu saja memindahkan PKL tapi juga memberikan subsidi untuk jangka waktu tertentu dan mempromosikan tempat baru hasil relokasi; 2) penataan di lokasi semula: pola penataan pedagang yang berjualan dilakukan dengan pembatasan tertentu seperti lebar tempat berjualan yang tidak boleh melebihi lebar trotoar yang dibatasi, dan ketinggian tenda yang tidak boleh melebihi ketinggian tertentu. Realisasi ini dengan penyeragaman tenda dan gerobak dagangan; 3) pemunduran dari lokasi semula: pola penataan ini memindahkan PKL tidak jauh dari tempat semula dan dapat dilaksanakan karena ketersediaan lahan yang cukup disekitar tempat berjualan semula. Biaya retribusi kebersihan dapat dikompromikan berdasarkan ramai-tidaknya penjualan PKL per-bulan. Pemerintah/petugas yang berwenang juga mengetahui tingkat ramai-tidaknya penjualan setiap PKL yang ada. PKL diperbolehkan menggunakan ruas jalan jika lebar trotoar 1,5 meter dan PKL diperbolehkan menggunakan 60% dari lebar trotoar serta wajib menyisakan trotoar untuk pejalan kaki.

Penataan PKL di Kabupaten Sleman meliputi : a) relokasi (program relokasi di kabupaten sleman kurang berhasil dikarenakan tempat relokasi kurang berhasil); b) penataan di lokasi semula (penataan diserahkan kepada pemilik tempat maupun komunitas, pemda terbatas pada penertiban tenda dan mengguna pengguna trotoar. Penarikan retribusi dilakukan tidak menyeluruh, hanya pada lokasi-lokasi tertentu saja, jumlah penarikan tergantung kesepakatan antara petugas yang berwenang dan PKL yang didasari oleh ramai tidaknya penjualan dari PKL.

*Keempat*, penulisan yang dilakukan oleh Eko Budi Sulistio<sup>8</sup> dalam *International Journal of Administrative Science & Organization* dengan judul “*Analysis and Policy Design of Street Vendors Management in Bandar Lampung*”. Penulisan ini menjelaskan fenomena PKL di kota Bandar Lampung disebabkan oleh beberapa faktor seperti semangat juang untuk hidup, faktor pendidikan, sebagai pekerjaan sementara, birokrasi pemerintahan yang rumit, warisan dari generasi ke generasi, minimnya modal, minimnya lapangan pekerjaan, dan sebagai profesi.

Metode penulisan ini menggunakan penulisan deskriptif serta bertujuan untuk menggambarkan fenomena PKL di Bandar Lampung, terutama yang berkaitan dengan faktor yang menyebabkan munculnya PKL, termasuk aktor yang terlibat dan kebijakan dalam mengelola PKL di Bandar Lampung. Untuk mempelajari fenomena secara keseluruhan, penulisan menggunakan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam dengan informan yang mengerti permasalahan

---

<sup>8</sup> Eko Budi Sulistio, *Analysis and Policy Design of Street Vendors Management in Bandar Lampung*, *International Journal of Administrative Science & Organization*, Vol. 19 No. 3, 2012, Lampung: Universitas Lampung.

PKL, observasi lokasi di Bandar Lampung, studi literatur yang berkaitan dengan kebijakan penataan PKL. Data yang sudah terkumpul dianalisis menggunakan metode analisis interaktif seperti yaitu teknik analisis data yang dilakukan secara interaktif dari satu tahap ke yang lain, terdiri dari pengurangan data, menampilkan data, dan verifikasi data atau penggambaran kesimpulan.

Hasil penulisan ini menjabarkan menjadi PKL merupakan pilihan berdasarkan tuntutan kebutuhan. Profesi sebagai PKL tidak membutuhkan keahlian khusus sehingga profesi ini dipilih sebagai salah satu strategi bertahan hidup. PKL hanya menjual berbagai produk barang atau jasa yang sekiranya akan habis terjual. Hal tersebut dilatarbelakangi oleh suatu mindset “hal yang terpenting adalah hari ini kami bisa makan”. Keuntungan yang didapat oleh PKL hanya untuk mencukupi kebutuhan konsumsi selama satu hingga dua hari. Berdasarkan alasan-alasan tersebut PKL tetap bertahan jika ada penggusuran meskipun itu dilakukan oleh Pemerintah Bandar Lampung. Hal inilah juga yang menjadi penyebab penggusuran PKL yang dilakukan pemerintah, tidak membuat PKL tunduk dan malah semakin bertambah.

Beberapa faktor penyebab munculnya PKL ialah kurangnya modal usaha. Modal usaha dalam hal ini tidak selalu berbentuk uang tunai, tetapi juga keterampilan dan kesempatan mengakses sistem perbankan. Banyak PKL di Bandar Lampung menjadi PKL tidak hanya untuk kelangsungan hidup tetapi juga karena mereka tidak memiliki modal untuk menjalankan bisnis sektor formal. Bisnis formal di sini didefinisikan sebagai bisnis legal serta memenuhi ketentuan berbisnis yang ditetapkan oleh pemerintah Bandar Lampung. Menjadi PKL adalah pilihan yang

rasional karena mereka memiliki keterampilan berdagang dan motivasi tetapi tidak diimbangi dengan dukungan modal (kas, keterampilan dan akses). Faktor kedua, kurangnya lapangan pekerjaan dan Pemutusan Hubungan Kerja (selanjutnya disingkat PHK) yang membuat profesi PKL menjadi pilihan alternatif bertahan hidup. Faktor ketiga berdasarkan keterangan dari informan menyatakan sulitnya birokrasi publik Pemerintah Bandar Lampung dalam mengurus surat-surat dan lisensi untuk sektor bisnis formal. Profesi PKL juga tidak membutuhkan wilayah yang besar, kualifikasi pendidikan, atau modal yang cukup besar.

Seyogyanya, kebijakan penataan PKL tidak dicetuskan oleh pemerintah Bandar Lampung saja tetapi banyak pihak yang harus terlibat dalam proses, tahap, perumusan dan implementasi kebijakan pengelolaan PKL. Pelaksanaan kebijakan harus mempertimbangkan berbagai aktor yang terlibat terhadap kebijakan, baik yang secara langsung atau tidak langsung. Dari pengamatan penulisan ini diidentifikasi pihak-pihak tertentu yang terlibat dan berkaitan dengan pengelolaan PKL, yaitu: pemerintah kota, Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (selanjutnya disingkat DPRD), Asosiasi Pedagang Kaki Lima (selanjutnya disingkat APKL), masyarakat umum, dan akademisi.

*Kelima*, Penelitian yang dilakukan oleh Suryantika Sinaga (Departemen Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik) berjudul Dampak Sosial Kebijakan

PEMDA DKI Jakarta tentang Relokasi Pedagang Kaki Lima di Lokasi Binaan.<sup>9</sup> Penelitian ini bertujuan melihat tindakan pedagang dalam menjalankan usaha di lokasi binaan serta melihat faktor apa saja yang menjadi pendukung atau penolak terhadap kebijakan relokasi. Metode penelitian yang digunakan kualitatif dengan wawancara mendalam, studi dokumentasi, dan observasi.

Penelitian ini menggunakan konsep dan teori sebagai pisau analisisnya, antara lain: 1) Konsep Sektor Informal: dikembangkan oleh Keirt Hart dan mengklasifikasikan pekerjaan ke dalam tiga kelompok yakni kelompok pekerja formal, kelompok pekerja informal, dan kelompok pekerja tidak sah; 2) Konsep Pedagang Kaki Lima: dijelaskan dalam Kurniadi (2004: 31) yang mengutip An Nahl merupakan istilah yang diambil dari ukuran lebar trotoar yang dihitung dalam sebutan (*feet*). Satu kaki kira-kira 31cm lebih sediki. Lebar trotoar yang biasanya digunakan pedagang pada waktu itu kira-kira 5 kaki (1,5 meter); 3) Teori Jaringan Sosial dan jaringan budaya: jaringan yang terbentuk dikalangan pedagang dan juga didasari *culture* yang berpotensi diubah menjadi jaringan dalam bisnis; 4) Teori bentuk pasar: pasar persaingan sempurna yang memberikan kebebasan kepada setiap orang untuk memilih dengan si penjual mana ia akan mengadakan transaksi dan bebas pula dalam menentukan harga. Sebaliknya, si penjual bebas pula menentukan dengan si pembeli mana ia akan mengadakan transaksi, demikian juga dalam menawar harga; 5) Teori sistem harga: transaksi PKL mengacu pada sistem harga luncur (disini tidak ada

---

<sup>9</sup> Suryantika Sinaga, *Dampak Sosial Kebijakan PEMDA DKI Jakarta tentang Relokasi Pedagang Kaki Lima di Lokasi Binaan*, Tesis, Depok, Program Pasca Sarjana, Departemen Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia, 2011.



harga pasti yang ada adalah harga jadi yakni harga yang terbentuk karena kesepakatan antara pembeli dan penjual); 6) Teori kontribusi modal sosial (*trust, networking, norm*); 7) Teori interaksi sosial: kerja sama, persaingan, konflik, dan sanksi.

Hasil Penelitian dari tesis ini ialah relokasi memberikan solusi bagi Pedagang Kaki Lima dalam meningkatkan keamanan dalam berdagang, merubah kondisi menjadi lebih nyaman, dan merubah kondisi usaha yang lebih baik. Relokasi juga memberikan dampak bagi masyarakat yakni kondisi menjadi lebih aman, tertib, dan terhindar dari kemacetan. Selain itu, dampak relokasi bagi pemerintah ialah dapat mengurangi keributan dan konflik di kalangan warga, mengurangi kriminalitas, dan mengurangi kemacetan.

Dampak negatif juga dimiliki dalam program relokasi ini, yakni: 1) segi pemeliharaan fasilitas kurang maksimal dan tidak adanya upaya perbaikan pada lokasi-lokasi binaan; 2) manajemen pasar yang kurang begitu baik dan jika terjadi kerusakan fasilitas umum maka hal tersebut dibebankan ke pedagang. Hal tersebut juga terkait pendanaan yang kurang. PKL yang mengalami relokasi, tidak semuanya bertahan di lokasi binaan, beberapa pedagang kembali ke lokasi awal yang dikarenakan beberapa faktor seperti: 1) tindakan untuk mengejar konsumen yang lebih banyak; 2) fasilitas di lokasi yang kurang terawat; 3) kurangnya kepatuhan para pedagang (terjadinya pengikisan kesadaran normatif); 4) Kurangnya Ketegasan PEMDA dan pengelola pasar; 5) pedagang mendapatkan pekerjaan baru; 6) pulang kampung karena kalah bersaing. Pedagang yang tetap di lokasi binaan, disebabkan

oleh beberapa faktor, seperti pendapatan yang stabil untuk kehidupan sehari-hari, adanya kepatuhan pedagang, tidak perlu menambah modal besar untuk membuat tenda dan biaya pungutan lainnya, merasa lebih aman karena terhindar dari premanisme.

**Tabel I.1**  
**Perbandingan Tinjauan Penulisan Sejenis**

No.	Nama, Judul, Tahun	Hasil Penulisan	Perbedaan	Persamaan
1	Dimas Tiko Prahadisongo, Penataan Pedagang Kaki Lima di Kawasan Pasar Anyar Kota Bogor dan Upaya Pemasaran Sosial, 2012.	Desain program penataan PKL di sekitar kawasan Pasar Anyar Kota Bogor masih jauh dari harapan PKL, penyusunan Perda tidak melibatkan <i>stakeholder</i> /PKL, implementasi program kurang berkesinambungan, pengawasan program PKL mengalami banyak kendala.	Perbedaan fokus penelitian, penulis lebih berfokus pada teori Bourdieu	Mengangkat objek PKL dan persamaan metode penelitian
2.	Eko Handoyono, Kontribusi Modal Sosial Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Pedagang Kaki Lima Pascarelokasi, 2013.	Respon yang ditunjukkan pedagang jalan Pahlawan yang dipindahkan ke jalan Menteri Soepeno umumnya adalah menerima ( <i>acceptance</i> ) dan bisa beradaptasi ( <i>adaptation</i> ) dengan kebijakan relokasi.	Menggunakan berbagai konsep, konsep modal sosial hanya sebagai pendukung	Menggunakan konsep modal sosial PKL
3.	Dinarjati Eka Puspitasari, Penataan Pedagang Kaki Lima Kuliner untuk Mewujudkan Fungsi Tata Ruang Kota di Kota Yogyakarta dan Kabupaten Sleman, 2010.	Pola penataan PKL di Yogyakarta sangat berhasil dibandingkan Kabupaten Sleman dengan terbentuknya kepercayaan pedagang terhadap pemerintah setempat serta keterlibatan pihak-pihak lainnya	Mengkaji aspek sosial, perbedaan teori yang digunakan	Objek yang diteliti yakni PKL, Mengkaji aspek lingkungan hidup

No.	Nama, Judul, Tahun	Hasil Penulisan	Perbedaan	Persamaan
4.	Suryantika Sinaga, Dampak Sosial Kebijakan PEMDA DKI Jakarta tentang Relokasi Pedagang Kaki Lima di Lokasi Binaan. Studi Kasus di Lokasi Binaan Palmerah, Jakarta Pusat, 2004	yang mendukung. Relokasi memiliki dampak positif dan negatif. Dampak negatif : 1) segi pemeliharaan fasilitas 2) manajemen pasar yang kurang begitu baik Pedagang yang tetap di lokasi binaan, disebabkan oleh beberapa faktor, seperti pendapatan yang stabil untuk kehidupan sehari-hari, adanya kepatuhan pedagang.	Penulis memiliki fokus terhadap dominasi oleh agen formal dan tidak hanya meneliti dampak sosial saja, Perbedaan lokasi penelitian.	Mengangkat kajian mengenai PKL

Sumber: Diolah dari tinjauan penelitian sejenis (Februari, 2016)

## 1.5 Kerangka Konseptual

### 1.5.1 Konsep *Field*

Lapangan/medan/pasar/arena (selanjutnya disebut *field*) adalah jaringan hubungan antara berbagai posisi objektif. Struktur lapangan membantu membatasi agen, yang mungkin individual atau kolektif.<sup>10</sup> *Field* menurut Bourdieu merupakan arena, arena kekuatan yang didalamnya terdapat perebutan sumber daya (modal), dan juga upaya memperebutkan akses terhadap kekuasaan. Perebutan tersebut untuk memperoleh posisi dalam arena.<sup>11</sup> Tujuan utamanya adalah memastikan “perbedaan” yang akan menjadi status aktor sosial yang dapat berfungsi sebagai kekuasaan simbolis yang kemudian digunakan untuk mencapai keberhasilan lebih lanjut.<sup>12</sup>

<sup>10</sup> Arizal Mutahir, *Intelektual Kolektif Pierre Bourdieu*, (Bantul : Kreasi Wacana, 2011), hlm. 67.

<sup>11</sup> *Ibid.*, hlm 61.

<sup>12</sup> Akhyar Yusuf Lubis, *Postmodernisme: Teori dan Metode*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2014), hlm. 108.

Diferensiasi (perbedaan) bagi Bourdieu memberi struktur hierarkis sosial dan memberi mereka legitimasi dengan mewakili mereka dan menganggapnya sebagai yang alami. Perjuangan untuk perbedaan itu merupakan dimensi fundamental dari seluruh kehidupan sosial. Rumusan lain menurut Bourdieu mengenai *field* sebagai “dunia sosial yang terus-menerus berada dalam proses diferensiasi progresif” serta “jumlah kendala struktural tindakan anggotanya.”<sup>13</sup>

### 1.5.2 Konsep Agen-Struktur

Menurut Bourdieu, permasalahan agen dan struktur dipusatkan terhadap hubungan antar *habitus* dan bidang atau lapangan (*field*).<sup>14</sup> Habitus adalah struktur mental atau kognitif yang diinternalkan (*internalized*) yang melaluinya individu memahami kehidupan sosial.<sup>15</sup> Habitus menghasilkan dan dihasilkan oleh bermasyarakat. Posisi berbagai agen dalam lingkungan ditentukan oleh jumlah bobot relatif dari modal yang mereka miliki. Kapital yang memungkinkan orang untuk mengendalikan nasibnya sendiri atau orang lain. Bourdieu membahas empat tipe kapital yakni modal ekonomi, modal kultural meliputi berbagai pengetahuan yang sah, modal sosial terdiri dari hubungan sosial yang bernilai antara individu, modal simbolik berasal dari kehormatan dan prestise seseorang.<sup>16</sup>

Penghuni posisi dalam lingkungan menggunakan berbagai strategi, melalui strategi itulah “penghuni posisi berupaya secara individual atau kolektif melindungi

---

<sup>13</sup> *Ibid.*

<sup>14</sup> George Ritzer, *Teori Sosiologi Modern*, (Jakarta : Kencana Prenadamedia Group,2014), hlm. 98

<sup>15</sup> Akhyar Yusuf, *op.cit.*, hlm 147.

<sup>16</sup> George Ritzer, *op.cit.*, hlm. 485.

atau meningkatkan posisi mereka dan berupaya memaksakan prinsip perjenjangan yang paling menguntungkan terhadap produk mereka sendiri. Strategi agen tergantung pada posisi mereka dalam lingkungan.<sup>17</sup>

Bourdieu juga menjelaskan pengatur paling efektif bagi tindakan di dalam masyarakat berupa struktur informal dan tidak terucapkan, karena beroperasi di bawah sadar atau setengah sadar. Bourdieu mengemukakan ini sebagai pembentukan “*doxa*”. *Doxa* tidak menyadari adanya sudut pandang, termasuk sudut pandang yang menantanginya.<sup>18</sup> *Doxa* cenderung mendukung pengaturan sosial tertentu pada ranah tersebut, dengan demikian mengistimewakan pihak yang dominan dan menganggap posisi dominan tersebut sebagai terbukti dengan sendirinya (*self-evident*) dan lebih disukai secara universal (*universally favorable*).<sup>19</sup> Dalam modernitas budaya, terjadi objek pertarungan serta cenderung mengambil strategi yang disebut *Heterodoxy*. *Heterodoxy* adalah sikap yang diambil orang yang tidak/kurang memiliki kapital, sehingga cenderung mengambil posisi strategi.<sup>20</sup>

Menurut Bourdieu habitus didefinisikan sebagai suatu sistem disposisi yang tahan lama dapat berubah-ubah<sup>21</sup>, struktur yang disusun untuk mempengaruhi sebagai penyusun struktur yaitu sebagai prinsip-prinsip yang menghasilkan dan mengatur praktik dan gambaran-gambaran yang dapat disesuaikan secara objektif untuk mendapatkan hasil tanpa mensyaratkan kesadaran akan tujuan akhir atau penguasaan

---

<sup>17</sup> *Ibid.*, hlm. 486.

<sup>18</sup> Akhyar Yusuf, *op.cit.*, hlm 108.

<sup>19</sup> M. Jacky, *Sosiologi: Konsep, Teori, dan Metode*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015), hlm. 183.

<sup>20</sup> Akhyar Yusuf, *op.cit.*, hlm 123.

<sup>21</sup> Arizal Mutahir, *op.cit.*, hlm 61

husus atas operasi-operasi yang mutlak diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut. Secara objektif ‘mengatur’ dan ‘teratur’ tanpa harus menjadi hasil dari kepatuhan pada aturan-aturan, mereka secara kolektif dapat disusun seperti musik tanpa menjadi hasil dari pengorganisasian tindakan oleh sang konduktor. Jika dibentuk dalam rumus (Habitus x Modal) + Arena = Praktik. Habitus terdiri atas beberapa aspek, yakni: *Pertama*, Habitus merupakan seperangkat pengetahuan; *Kedua*, Habitus dimiliki oleh agen; *Ketiga*, Habitus selalu dibentuk dalam momen praktik; *Keempat*, habitus bekerja di bawah ketidaksaran.<sup>22</sup>

*Habitus* juga merupakan hasil keterampilan yang menjadi tindakan praktis (tidak harus selalu disadari) yang kemudian diterjemahkan menjadi suatu kemampuan yang kelihatannya alamiah dan berkembang dalam lingkungan sosial tertentu.<sup>23</sup> *Habitus* adalah kerangka penafsiran untuk memahami dan menilai realitas dan sekaligus penghasil praktik-praktik kehidupan yang sesuai dengan struktur-struktur objektif. *Habitus* menjadi dasar kepribadian individu. Pembentukan dan berfungsinya *habitus* sangat memperhitungkan hasil dari keteraturan perilaku dan modalitas praktiknya mengandalkan pada improvisasi dan bukan pada kepatuhan pada aturan-aturan.<sup>24</sup> Tekanan pada nilai atau norma menggarisbawahi *habitus* yang berupa etos, yaitu prinsip-prinsip atau nilai-nilai yang dipraktikkan, bentuk moral yang

---

<sup>22</sup> *Ibid.*, hlm. 63.

<sup>23</sup> Haryatmoko, *Membongkar Rezim Kepastian: Pemikiran Kritis Post-Strukturalis*, (Yogyakarta: Boko Tjap Petroek, 2015), hlm. 34.

<sup>24</sup> *Ibid.*

diinteriorisasi dan tidak mengemuka dalam kesadaran, namun mengatur perilaku sehari-hari, misalnya sifat orang rajin, ulet, jujur, cerdas, cekatan, murah hati.<sup>25</sup>

Dialektika hubungan antara yang subjektif dan objektif ini merupakan dimensi pertama *habitus* yang terdiri dari dimensi prakseologis (arah orientasi sosial) dan dimensi afeksi (cita-cita, selera). Dua dimensi *habitus* ini melukiskan adanya disposisi seseorang atau suatu kelas sosial yang menentukan arah orientasi sosial, cita-cita, selera, cara berpikir, dan etos. Disposisi adalah sikap, kecenderungan dalam mempersepsi, merasakan, melakukan, dan berpikir yang diinteriorisasikan oleh individu berkat kondisi objektif seseorang. Disposisi itu berfungsi sebagai prinsip tak sadar tindakan, persepsi, dan refleksi.<sup>26</sup>

### 1.5.3 Konsep Pedagang Kaki Lima

PKL adalah para pekerja di sektor informal yang banyak ditemui di perkotaan. Istilah Pedagang Kaki Lima adalah istilah untuk menyebut penjaja dagangan yang menggunakan gerobak dan cenderung menempati lokasi yang tidak permanen dan tersebar di ruang-ruang terbuka yang bersifat umum. Menurut Rusli Ramli, PKL adalah pekerjaan yang paling nyata dan paling penting di kota.<sup>27</sup> Pedagang dalam memilih ruang aktivitasnya akan memilih lokasi-lokasi strategis yang cenderung konsentrasi pada konsumen, yakni dekat dengan keramaian atau mudah dijangkau pembeli.<sup>28</sup>

---

<sup>25</sup> *Ibid.*, hlm. 35.

<sup>26</sup> *Ibid.*

<sup>27</sup> Adon Nasrullah Jamaluddin, *Sosiologi Perkotaan*, (Bandung: Pusaka Setia, 2015), hlm. 287.

<sup>28</sup> *Ibid.*, hlm. 295.

Bentuk sarana pedagang dalam menjalankan aktivitasnya sangat bervariasi yakni a) pikulan atau keranjang digunakan oleh para pedagang yang keliling atau semi menetap; b) Gelaran atau alas berupa kain, tikar, terpal, dan sebagainya; c) Jongko atau meja, baik yang beratap maupun tidak beratap; d) Gerobak atau kereta dorong yang beratap ataupun tidak beratap; e) Warung semipermanen terdiri atas beberapa gerobak yang diatur berderet yang dilengkapi dengan bangku-bangku panjang. Sarana ini menggunakan atap terpal atau plastik yang tidak tembus air; f) Kios, pedagang yang menggunakan bentuk sarana ini dikategorikan pedagang yang menetap karena secara fisik tidak bisa dipindahkan. Setiap sarana yang digunakan pedagang memiliki tujuan untuk memudahkan dalam berpindah sesuai dengan kondisi.<sup>29</sup>

## **1.6 Hubungan antar Konsep**

Penataan kota yang ditujukan pada berbagai sektor, salah satunya adalah sektor informal PKL. Kebijakan penataan kota yang dituangkan dalam Rencana Tata Ruang dan Wilayah menghasilkan sebuah program yang ditujukan untuk menata objek sasaran seperti pedagang yang berlokasi di IRTI Monas. Tujuan dilakukannya penataan ini untuk menciptakan ketertiban di Monas dan lebih mensejahterakan pedagang, penataan tersebut menciptakan suatu relasi agen-struktur yang melibatkan agen formal dan agen informal. Relasi yang tercipta tersebut akan terlihat bagaimana perubahan bentuk relasi yang terjadi dari implementasi program penataan Lenggang Jakarta. Pihak kelas dominan (agen formal) berusaha mempertahankan posisinya

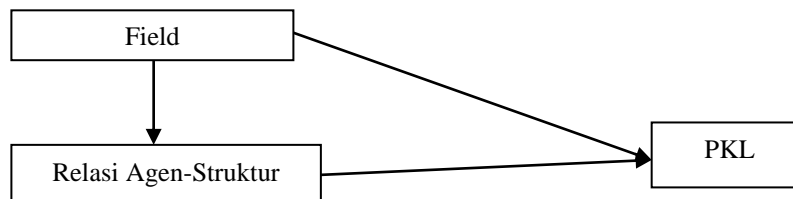
---

<sup>29</sup> *Ibid.*, hlm. 292.



melalui *doxa*, dan berakibat pada keterbatasan penerapan strategi *heterodoxy* pedagang. Pertama, karena adanya perubahan arena, sehingga akan terlihat bagaimana perubahan relasi yang terjadi, kemudian untuk melihat keterbatasan strategi yang diakibatkan oleh *doxa* kepada pedagang, penulis menggunakan konsep PKL dan konsep Bourdieu terkait strategi *heterodoxy* yang ada didalam *field*. Lihat skema I.1 Hubungan antar Konsep.

**Skema I.1**  
**Hubungan antar Konsep**



Sumber: Diolah dari Data Sekunder (Agustus, 2016)

## 1.7 Metodologi Penulisan

Metode menunjuk pada suatu teknik yang digunakan dalam penulisan, seperti teknik *survey*, wawancara, dan observasi. Menurut Cresswell, metodologi penulisan kualitatif adalah suatu pendekatan atau penelusuran untuk mengeksplorasi dan memahami suatu gejala sentral, dimana dalam memahami gejala sentral, penulis mewawancarai partisipan dengan mengajukan pertanyaan yang umum dan agak luas. Menurut Moleong, penulisan kualitatif adalah penulisan yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penulisan, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain sebagainya. Secara holistik dan

dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.<sup>30</sup>

Penulis menggunakan pendekatan kualitatif dengan sumber data primer dan sekunder. Data primer yakni dengan observasi, wawancara mendalam, dan wawancara bebas. Pengumpulan data juga dilakukan dengan data sekunder melalui internet dan kajian dokumen terkait. Lokasi yang dijadikan objek oleh penulis adalah Lenggang Jakarta di IRTI Monas dengan subjek penulisan ialah informan kunci, pedagang Lenggang Jakarta sebagai pedagang resmi, pedagang sekitar kawasan Lenggang Jakarta sebagai pedagang tidak resmi, dan konsumen yang pernah bertransaksi di Lenggang Jakarta.

### **1.7.1 Lokasi dan Waktu Penulisan**

Penulisan ini telah dilaksanakan pada awal Juni 2015. Penulisan ini berlokasi di Lenggang Jakarta dalam IRTI Monas, Kecamatan Gambir, Jakarta Pusat. Hal yang melatarbelakangi penulis dalam mengambil lokasi penulisan dikarenakan penulis mengalami ketertarikan terhadap fenomena penataan PKL dan ingin mengkaji lebih dalam, apa saja dampak yang ditimbulkan dari program penataan tersebut. Perubahan yang terlihat juga terlihat kontras merupakan hal lainnya yang menjadi penyebab tambahan alasan ketertarikan penulis.

Lokasi penulisan berada di lokasi binaan sementara yang bernama Lenggang Jakarta dekat dengan lokasi parkir area monas. Adapun alasan mengambil lokasi

---

<sup>30</sup> Haris Herdiansyah, *Metodologi Penulisan Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2014), hlm. 9.

penulisan disini adalah *Pertama*, lokasi kuliner dan non-Kuliner yang mengangkat tema budaya khas Indonesia, cukup memiliki ciri khas sebagai pelestarian budaya Indonesia. *Kedua*, kajian dampak penataan kota merupakan hal yang menarik diteliti dengan keterlibatan pedagang kaki lima didalamnya. *Ketiga*, adanya perlakuan yang berbeda antara pedagang di Lenggang Jakarta dan di sekitar Lenggang Jakarta.

### **1.7.2 Peran Penulis**

Pada penulisan skripsi ini, penulis tertarik dengan lokasi Lenggang Jakarta yang mengangkat tema budaya khas Indonesia. Penulis yang awalnya hanya ingin wisata di Monas, melalui lokasi ini. Pengunjung yang akan memasuki kawasan Monas, pasti melewati lokasi ini karena berada di pintu masuk IRTI Monas. Penulis mengamati kondisi lingkungan sekitar dan bertanya kepada pedagang di luar Lenggang Jakarta terkait perbedaan tempat berdagang, seperti pedagang di Lenggang Jakarta memiliki kios masing-masing sedangkan pedagang di luar Lenggang, berdagang tanpa kios.

Penulis mencoba berbelanja di Lenggang Jakarta yang menggunakan sistem pembayaran *cashless*, selain berbelanja, penulis melakukan sesi tanya jawab kepada pedagang Lenggang Jakarta tentang perubahan yang terjadi akibat adanya perbedaan tempat berdagang. Berdasarkan hasil yang didapatkan terkait perubahan-perubahan tersebut, penulis pun tertarik untuk meneliti program ini.

### **1.7.3 Teknik Pengumpulan Data**

Lokasi penelitian berada di Lokasi kuliner dan non-Kuliner Lenggang Jakarta, IRTI Monas. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, wawancara bebas, dan penelusuran data sekunder terkait penelitian skripsi. Pengumpulan data dalam satu lokasi dilakukan dengan teknik yang berbeda dengan informan penelitian pedagang kuliner dan pedagang non-Kuliner Lenggang Jakarta. Peneliti juga mengumpulkan data dari pedagang tidak resmi yang pada saat itu masih berada disekitar lokasi Lenggang Jakarta, teknik pengumpulan data dilakukan secara bebas apabila penulis mendapat informan atau orang-orang yang dapat memberikan tambahan data pendukung terkait dinamika perubahan ruang sosial pedagang kaki lima.

Teknik penelitian seperti wawancara mendalam, dan penelusuran sumber data sekunder lainnya dilakukan dan digunakan lebih insentif untuk memenuhi kecukupan data yang didapatkan terkait lokasi yang menjadi fokus penelitian skripsi ini. Pengumpulan data primer dan sekunder dilakukan oleh penulis. Data primer didapatkan melalui observasi, *survey* dan wawancara langsung dengan informan penelitian. Sedangkan data sekunder diperoleh dari informasi tidak langsung atau pihak lain yang relevan dengan fokus penelitian skripsi ini. Adapun sumber datanya dari dokumen dan gambar terkait penelitian.

### **1.7.4 Analisis Data**

Analisis data dalam penulisan kualitatif akan berlangsung bersamaan dengan bagian-bagian lain dari pengembangan penulisan kualitatif, yakni pengumpulan data

dan penulisan temuan.<sup>31</sup> Menurut Creswell, analisis merupakan suatu proses “memisahkan” data dan proses yang mefokuskan pada sebagian data dan memiliki perbedaan dengan kuantitatif yang berusaha mempertahankan semua data yang didapatkan.<sup>32</sup> Penulisan ini menggunakan analisis data studi kasus. Penulis mengumpulkan data-data melalui tehnik wawancara bebas dan wawancara mendalam, setelah data terkumpul, penulis melakukan taksonomi data untuk mempermudah pengelompokkan data-data yang didapatkan. Data-data yang dikelompokkan dibagi menjadi tema-tema topik dan disortir menjadi permasalahan yang runtut. Tahap berikutnya penulis mencari permasalahan dari hasil taksonomi transkrip wawancara.

### **1.7.5 Triangulasi**

Teknik triangulasi merupakan pengecekan kepada pihak ketiga atau sumber data ketiga untuk meningkatkan agar temuan-temuan riset dan interpretasi terhadap temuan menjadi lebih kredibel. Pelaksanaan triangulasi terbagi menjadi empat dan dapat dilakukan salah satu, yakni triangulasi sumber data, metode, investigator, dan teori.<sup>33</sup> Penulis menggunakan teknik triangulasi untuk mengecek keabsahan data skripsi yang didapatkan. Teknik triangulasi yang digunakan penulis adalah triangulasi sumber data dengan cara membandingkan setiap data yang didapatkan dengan pakar perkotaan yang sekiranya memiliki sudut pandang yang berbeda. Ibu

---

<sup>31</sup> John W. Creswell, *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016), hlm. 260.

<sup>32</sup> *Ibid.*, hlm. 261.

<sup>33</sup> Mohammad Ali, *Memahami Riset Perilaku dan Sosial*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hlm 270.

Yuanita Aprilandini, M.Si. Beliau merupakan tokoh yang mengetahui karakteristik penataan pedagang kaki lima.

### 1.7.6 Informan Penelitian

Berdasarkan topik penulisan dapat dirumuskan beberapa informan yang terdapat dari dua golongan yakni formal dan informal, informan terbagi menjadi dua bagian yakni informan kunci dan informan lainnya. *Pertama*, dua informan kunci dari Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, serta Perdagangan (selanjutnya disingkat Dinas KUMKMP) dan Suku Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, serta Perdagangan (selanjutnya disingkat Sudin KUMKMP) Jakarta Pusat. *Kedua*, informan dari pedagang kuliner dan non-Kuliner sesuai kebutuhan data sebanyak lima orang. *Ketiga*, wawancara dengan pedagang di luar Lenggang Jakarta sebanyak dua orang. *Keempat*, Konsumen di Lenggang Jakarta sebanyak dua orang, terkait aspek eksplorasi data yang dilakukan terdapat pada Tabel I.2.

**Tabel I.2**  
**Daftar Informan yang Menjadi Sasaran Eksplorasi Data**

No.	Informan	Informasi yang diinginkan
	(Unit Bagian)	
1.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dinas KUMKMP</li> <li>- Sudin KUMKMP</li> <li>- Pedagang Kuliner dan non-Kuliner</li> </ul>	Gambaran Umum program Lenggang Jakarta meliputi <i>goal</i> ataupun visi dan misi (target yang akan dicapai)
2.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dinas KUMKMP</li> <li>- Sudin KUMKMP</li> </ul>	Proses perencanaan program meliputi: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Keterlibatan Pihak agen formal dan informal</li> <li>- Perkiraan dampak yang akan timbul</li> <li>- Latar belakang penentuan lokasi</li> </ul>

No.	Informan	Informasi yang diinginkan
	(Unit Bagian)	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dasar hukum yang menjadi acuan</li> <li>- Perkiraan anggaran yang dibutuhkan dan mitra kerjasama</li> <li>- Penerapan sistem pembayaran</li> <li>- Pengelola Program</li> </ul>
3.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dinas KUMKMP</li> <li>- Sudin KUMKMP</li> <li>- Pedagang Kuliner</li> <li>- Pedagang non-Kuliner</li> </ul>	Implementasi Program Lenggang Jakarta, meliputi: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Proses pelatihan pedagang</li> <li>- Proses pendaftaran dan persyaratan</li> <li>- Biaya sewa ataupun retribusi</li> <li>- Hambatan yang ditemui</li> </ul> Penerapan peraturan dan sanksi
4.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dinas KUMKMP</li> <li>- Sudin KUMKMP</li> <li>- Konsumen</li> </ul>	Kondisi Pasca Penerapan Program, meliputi: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengawasan dari berbagai pihak</li> <li>- Dampak kondisi sosial dan ekonomi</li> <li>- Pengelola program</li> </ul>
5.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pedagang Kuliner</li> <li>- Pedagang non-Kuliner</li> </ul>	Kondisi sosial dan ekonomi dilokasi berdagang sebelumnya
6.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pedagang Kuliner</li> <li>- Pedagang non-Kuliner</li> </ul>	Dampak sosial dan ekonomi sesudah program penataan

Sumber: Dokumentasi Pribadi (Januari, 2016)

## 1.8 Sistematika Penulisan

Skripsi ini terdiri dari lima bab: satu bab pendahuluan; tiga bab uraian terkait setting lokasi, temuan penulisan serta analisis; satu bab kesimpulan dan saran. Bab pertama ialah berisikan latar belakang, fokus penulisan, kerangka konsep *field*, agen dan pedagang kaki lima, serta metode kualitatif yang digunakan dalam penulisan serta sistematika penulisan yang menjelaskan garis besar setiap bab. Bab dua merupakan uraian mengenai *setting* lokasi penulisan, dimana *setting* tersebut mencakup uraian lokasi dan gambaran program mulai dari latar belakang kebijakan, tahap perencanaan, tahap implementasi program, dan profil Lenggang Jakarta. Bab tiga berisikan temuan penulisan, dalam bab ini dijabarkan secara lebih mendalam

bagaimana relasi yang terjadi antar agen formal dan informal serta struktur peraturan yang dibuat, serta keterlibatan agen dalam perencanaan.

Bab empat menjabarkan hasil analisis terkait temuan penulisan, di mana analisis ini didasari oleh teori yang sudah dijabarkan dalam bab I. Program yang telah selesai berjalan ini ditelaah melalui konsep *field*, konsep agen-struktur, *doxa*, dan *heterodoxy* untuk melihat sejauh mana dinamika yang dialami pedagang. Temuan penulisan yang didapatkan dari data primer dan data sekunder dikaji secara detail untuk menemukan permasalahan dalam setiap tingkat pelaksanaan. Bab lima berisis tentang kesimpulan dan saran. Sub bab kesimpulan berisi jawaban dari rumusan permasalahan. Saran berisi masukan dari penulis terhadap temuan permasalahan yang didapatkan di lokasi penulisan. Saran tersebut ditujukan bagi penggagas program serta agen yang terlibat didalamnya.



## **BAB II**

### **PROGRAM LENGGANG JAKARTA SEBAGAI SOLUSI PENERTIBAN PKL IRTI MONAS**

#### **2.1 Pengantar**

Berbagai cara dilakukan oleh pemerintah untuk menata Pedagang Kaki Lima di Monas, Pemerintah membentuk suatu program *pilot project* yakni Lenggang Jakarta yang bertujuan untuk menata Pedagang Kaki Lima di Monas. Lenggang Jakarta merupakan nama lokasi kuliner yang bertempat di IRTI Monas yang didalamnya terdapat pedagang kuliner dan non-Kuliner yang berjumlah 304 pedagang (Lihat Tabel II.2). Lokasi Kuliner yang diberi nama Lenggang Jakarta ini, dibangun atas kerjasama Pemerintah DKI Jakarta yang diwakilkan oleh Dinas KUMKMP dengan *Corporate Social Responsibility* (selanjutnya disingkat CSR) pihak swasta. Pembiayaan pembangunan pun secara penuh ditanggung oleh pihak swasta. Terbentuknya Lenggang Jakarta ini dilatarbelakangi oleh keinginan Gubernur DKI yang menginginkan Monas bersih dan tertib dari pedagang dan Rencana Tata Ruang Wilayah yang berlaku.

Pedagang yang berada di Lenggang Jakarta merupakan pedagang-pedagang lama yang berjualan di Lokasi IRTI dan pedagang yang sudah didata oleh Sudin KUMKMP dengan syarat pedagang tersebut merupakan warga DKI Jakarta, pembuktian warga DKI Jakarta dengan menyerahkan persyaratan yang dibutuhkan

seperti Kartu Keluarga (selanjutnya disingkat KK) dan Kartu Tanda Penduduk DKI Jakarta (selanjutnya disingkat KTP DKI Jakarta), kemudian pedagang yang sudah menyerahkan berkas-berkas sesuai persyaratan akan menjalani tahap verifikasi oleh Suku Dinas KUMKMP. Jika proses verifikasi pedagang sudah dilewati, pedagang akan diundang untuk menentukan kios yang akan menjadi tempat baru mereka untuk berdagang, penentuan kios tersebut berdasarkan sistem undian.

## **2.2 Latar Belakang Kebijakan**

Kebijakan penataan PKL di IRTI yang dilakukan bertujuan untuk memberikan peningkatan kesejahteraan, dimana hal tersebut berkaitan dengan penyelenggaraan penataan ruang untuk zona hijau Perda Nomor 1 Tahun 2012 mengenai Rencana Tata Ruang dan Wilayah Tahun 2030<sup>34</sup>. Penataan ruang tersebut berkaitan dengan pengaturan, pembinaan, pelaksanaan, dan pengawasan dalam penerapan penataan ruang. Pedagang Kaki Lima yang sebelumnya berdagang secara bebas di kawasan Monas, diatur untuk lebih tertib dalam berdagang dan juga bertujuan memberikan kesejahteraan bagi PKL di IRTI Monas. Mengingat PKL makin bertumbuh subur setiap tahunnya maka Pemerintah berupaya menata PKL tersebut agar terkontrol dan mendapatkan pembinaan, cara yang ditempuh oleh Pemda DKI Jakarta adalah menyediakan tempat yang berdagang bagi PKL sekaligus mengawasi PKL tersebut mengingat banyaknya berita miring mengenai PKL yang menggunakan kualitas bahan kurang baik dan “tembak harga” ke konsumen.

---

<sup>34</sup> Perda Nomor 1 Tahun 2012 mengenai Rencana Tata Ruang dan Wilayah Tahun 2030 dalam Jakarta. Diakses pada tanggal 21 April 2016, pukul 12.19 WIB.

“Step awalnya relokasi Lenggang itu, pertama turun dari wilayah...”<sup>35</sup>

“kualitas makanan juga kurang baik. Kemudian dulu, saya pernah dengar cerita juga bahwa yang makan disitu “ditembak” harganya, ga sesuai kan. Jadi, orang lagi makan dan udah selesai makan, “ditembak” harganya tinggi.”<sup>36</sup>

“Di sini sih ga ada ya. Dulu pernah sih beli ketoprak di Monas tapi mahal banget, dikit juga porsinya dan ga enak. Penipuan itu namanya. Seporsi harga 30 ribu.”<sup>37</sup>

Sebelumnya PKL di kawasan Monas dan sekitarnya, termasuk IRTI berdagang secara bebas, tidak memiliki lokasi berdagang tetap dan hanya didasari oleh acuan ketertiban umum yang menjadi tanggung jawab Satpol PP, baik itu dari pedagang Kuliner maupun non-Kuliner. Berikut adalah kondisi PKL yang belum tertata di IRTI dan area Monas lainnya. Terlihat Gambar II.1 pedagang masih menggunakan tenda-tenda mereka bangun sendiri dan gerobak pribadi. Hal ini juga dibenarkan oleh informan agen formal dan agen informal yakni pedagang itu sendiri. Pada Gambar II.1 merupakan fenomena kondisi lokasi pedagang yang belum diterapkan program Lenggang Jakarta di lokasi IRTI Monas, kemudian pedagang yang berjualan di IRTI memiliki lokasi berdagang yang sering berpindah-pindah ke lokasi yang sekiranya ramai dengan calon konsumen sehingga berkesempatan mendapatkan pemasukan yang lebih banyak. Lokasi tujuan pedagang selain di IRTI juga di sekitar kawasan Monas.

“Rata-rata dulu kan di IRTI pakai gerobak... Mereka dagang di tenda. Tenda-tenda yang mereka bangun sendiri dan itu ga ada pengaturan...”<sup>38</sup>

“Itu emang ada di sini, pasar juga cuman pake tenda, pake tenda-tenda, pake gerobak. Saya kalau disini ga dapet, ditariknya ke dalam Monas gitu dulu...”<sup>39</sup>

---

<sup>35</sup> Wawancara mendalam dengan “A”

<sup>36</sup> Wawancara mendalam dengan “J”.

<sup>37</sup> Wawancara dengan Priska, selaku Konsumen Lenggang Jakarta, pada tanggal 9 April 2016, pukul 11.10 WIB.

<sup>38</sup> Wawancara mendalam dengan “A”.

<sup>39</sup> Wawancara mendalam dengan “K”.

**Gambar II.1**  
**PKL Sebelum Ditata Sekitar IRTI (Kiri) dan Cawan Monas (Kanan)**



Sumber: Data Sekunder [www.beritajakarta.com](http://www.beritajakarta.com) dan [www.kompas.com](http://www.kompas.com) (Maret, 2016)

Berdasarkan fenomena yang sudah dijabarkan di atas dan pada Gambar II.1 terlihat bahwa pedagang kaki lima semakin banyak dan semakin sulit dikontrol oleh aturan yang berlaku pada saat itu yakni berdasarkan Peraturan Gubernur 2010 (selanjutnya disingkat Pergub) mengenai ketertiban umum yang diawasi langsung oleh Satpol PP. PKL yang berjualan di Monas kian bertumbuh subur, berdasarkan data yang didapatkan, PKL yang berjualan di Monas terdata sekitar 700 orang. Hal tersebut juga dikarenakan kawasan monas yang memiliki jam waktu operasional yang cukup bebas hingga pukul 12 malam dan longgarnya peraturan yang ada. Kondisi PKL yang berjualan bebas tersebut dapat dilihat pada Gambar II.1, pedagang membangun tempat dagangan mereka sendiri untuk memudahkan mobilisasi area dagang mereka, tenda-tenda yang digunakanpun terlihat fleksibel dan dapat dicopot-pasang dengan mudah, serta gerobak yang dapat didorong-dorong. Alasan tersebut diutarakan oleh satu pedagang agar memudahkan mereka berpindah-pindah dengan lokasi sasaran yang ramai pengunjung.

“...hanya berdasarkan Pergub 2010 tentang ketertiban umum. Ketertiban umum ini kan dibawah Satpol PP, mereka yang melakukan pengawasan langsung terhadap para pedagang...”<sup>40</sup>

“itu emang di sini, pasar juga cuman pake tenda, pake tenda-tenda, pake gerobak. Saya kalau disini ga dapet, ditariknya ke dalam Monas gitu dulu...Dulu kan pake gerobak, kalau ga laku di sini, di bawa ke Monas. Jadi, laku terus”<sup>41</sup>

“Totalnya kurang lebih 700 PKL...”<sup>42</sup>

Konsep pedagang kaki lima ialah mendekati konsumen dengan tujuan barang dagangan yang mereka jajakan selalu laku setiap hari. Beberapa titik di Monas yang ramai pengunjung menjadi daya tarik pedagang untuk menjadikan tempat itu sebagai lokasi sasaran jika lokasi biasa yang mereka jadikan *base camp* sepi pengunjung. Hal tersebut juga berdasarkan penuturan salah satu pedagang Lenggang Jakarta yang dulu berdagang sebelum terkena penataan PKL.

“Konsep pedagang kaki lima itu kan mendekati konsumen, tidak melulu dia ada disitu, apalagi yang pakai gerobak. Rata-rata dulu kan di IRTI pakai gerobak. Ketika memang hari-harinya tidak begitu ramai disitu, ya mungkin dia mobile...”<sup>43</sup>

“...kalau dulu kan monas 24 jam waktu pak fauzi bowo itu. Pintu gerbang paling engga ditutup jam 12 malam...Jadi kita kalau ga dapet siang, nunggu malem...”<sup>44</sup>

“dulu masih boleh dek dagang di dalem Monas. Banyak pengunjung dulu, sekarang sepi di dalem Monas itu...”<sup>45</sup>

Program Penataan PKL ini disebut refungsi sarana oleh Pihak Dinas. Hal tersebut dilatarbelakangi oleh fungsi IRTI yang pada awalnya ditujukan sebagai tempat usaha dan tempat parkir. Namun, IRTI yang kurang tertata dengan PKL yang kian bertambah, membuat kawasan tampak kumuh. Rencana yang diinginkan oleh Gubernur untuk menata PKL direalisasikan dalam program Lenggang Jakarta,

---

<sup>40</sup> Wawancara mendalam dengan “A”.

<sup>41</sup> Wawancara mendalam dengan “K”

<sup>42</sup> Wawancara mendalam dengan “A”

<sup>43</sup> Wawancara mendalam dengan “A”

<sup>44</sup> Wawancara mendalam dengan “K”

<sup>45</sup> Wawancara mendalam dengan salah satu pedagang minuman di luar Lenggang Jakarta. Pada tanggal 7 Januari 2016, Pukul 11.35 WIB

dimana biaya pembangunan ditanggung secara penuh oleh pihak PT Rekso.<sup>46</sup> Pembangunan ini bertujuan untuk mengembangkan fungsi asal pembentukan IRTI dengan dikembangkan dan ditetapkannya Lenggang Jakarta sebagai lokasi binaan sementara. Menurut pihak Sudin KUMKMP, program penataan Kaki Lima termasuk dalam kategori revitalisasi atau membangun ulang, dimana memiliki tujuan supaya PKL memiliki lokasi berjualan yang tetap dan tidak berpindah-pindah, selain itu tujuan estetika juga termasuk didalamnya. Pada Gambar II.1 dapat dilihat bagaimana kondisi sebelum diadakannya penataan.

“Emm bukan, Kalau di Pergub 10 itu refungsi sarana PKL, itu namanya jadi pengembangan. Memang di situ kan tadinya tempat usaha tapi dikembangkan lagi dan itu ditetapkan sebagai lokasi sementara. Datanya ada di Jakarta Pusat, Sudin UMKM Jakarta Pusat...”<sup>47</sup>

“...dari pemerintah mencarikan perusahaan untuk bisa melakukan pembangunan, emm revitalisasi (membangun ulang) supaya dia lebih bagus tampak kayak sekarang...”<sup>48</sup>

### **2.3 Sosialisasi terkait Rencana Implementasi Program Lenggang Jakarta**

Sebelum direalisasikan program Lenggang Jakarta, pedagang mendapatkan pemberitahuan terlebih dahulu. Dinas KUMKMP bekerja sama dengan Suku Dinas KUMKMP mengadakan sosialisasi secara lisan ke pedagang. Sebanyak 700 pedagang mendapatkan sosialisasi. Materi yang disosialisasikan ialah memperbagus tempat lokasi dagang mereka yang berada di IRTI.

Pedagang diberitahukan bahwa lokasi dagang yang lama ini akan diperbagus dan tidak ada peraturan yang sekiranya akan menyulitkan pedagang. Namun,

---

<sup>46</sup> Data diperoleh [m.tempo.co/read/news/2014/06/18/214585982/irti-monas-kumuh-pemerintah-dki-akan-tata-ulang](http://m.tempo.co/read/news/2014/06/18/214585982/irti-monas-kumuh-pemerintah-dki-akan-tata-ulang). Diakses pada Tanggal 22 Mei 2016, pukul 20.23 WIB.

<sup>47</sup> Wawancara mendalam dengan “A”

<sup>48</sup> Wawancara mendalam dengan ”J”

peraturan diterapkan di Lenggang Jakarta sekarang ini justru membuat pedagang merasa perbedaan secara signifikan dari hal yang disosialisasikan dengan kenyataan yang sudah diterapkan di Lenggang Jakarta, seperti adanya pemberitahuan untuk pindah lokasi dagang dan tanpa pungutan apa-apa, dapat dilihat bahwa adanya peraturan yang meliputi pemotongan biaya pengelolaan retribusi sebesar 15% untuk per menu makanan yang dijual dan adanya retribusi per hari sesuai jenis kios pedagang, adanya peraturan bagi pedagang untuk berbelanja bahan makanan di pengelola, dan sistem pembayaran menggunakan *e-money*.

“sosialisasi dan mengundang semua para pedagang. Polanya beberapa sesi karna 700...”<sup>49</sup>

“Dikasih tau dulu, Cuma katanya mau dipindahin, ga dipungut apa-apa, ga ada peraturan ini-itu. Tapi nyatanya harus belanja ke ini semua. Belanja ke kantor semua”<sup>50</sup>

“Iya dikasih tau pasarnya mau dibagusin...”<sup>51</sup>

Tujuan dibentuknya Lenggang Jakarta ini dari segi pedagang adalah untuk memfasilitasi tempat pedagang kaki lima agar memiliki tempat yang permanen, lebih tertata, bersih, tidak berpindah-pindah, dan juga untuk meningkatkan kesejahteraan PKL. Sedangkan dari sisi konsumen, untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas dan kebersihan makanannya yang disajikan, dan memberikan perlindungan bagi konsumen agar tidak terjadi “nembak” harga yang kerap kali dilakukan pedagang sebelum ditata. Tujuan dibentuknya Lenggang Jakarta belum dirasakan secara sepenuhnya bagi pedagang, beberapa pedagang mengatakan, adanya

---

<sup>49</sup> Wawancara mendalam dengan “A”

<sup>50</sup> Wawancara mendalam dengan “K”

<sup>51</sup> Wawancara dengan salah satu pedagang minuman di luar Lenggang Jakarta.

perbedaan kondisi yang dulu dan sekarang sesudah mengalami penataan. Sebelum penataan, pedagang merasa mereka sudah sejahtera dan ramai pengunjung.

“..yang dulu banyak. Sekarang berubah”<sup>52</sup>

#### **2.4 Penyusunan Perencanaan**

Adanya program penataan ke Lenggang Jakarta pada mulanya dicetuskan oleh Gubernur DKI Jakarta, pihak Gubernur menginginkan adanya penataan terkait lokasi berjualan PKL sehingga lokasi IRTI Monas tertata dan tertib, adanya instruksi tersebut terkait juga dengan RTRW yang berlaku saat ini. Gubernur menginstruksikan kepada agen yakni Dinas KUMKMP untuk menetapkan program penataan bagi PKL IRTI Monas. Pihak agen yang sudah mendapatkan instruksi tersebut, berkoordinasi dengan provinsi yakni Biro Perekonomian Provinsi DKI Jakarta dan Tata Pemerintahan Provinsi DKI Jakarta (selanjutnya disingkat Biro Tapem). Koordinasi ini membahas mengenai pengaturan kewilayahan, dalam pengaturan kewilayahan. Terdapat zonasi serta proses yang akan diterapkan disesuaikan dengan peraturan yang berlaku

Proses perencanaan pada tahap selanjutnya, koordinasi dilakukan dengan wilayah Jakarta Pusat. Agen yang terkait dalam kewilayahan yakni Wali Kota Jakarta Pusat, Suku Dinas KUMKMP, Kecamatan, Kelurahan, Kantor Pengelola dan Kawasan Monas (selanjutnya disingkat KPK Monas), Satpol PP. Koordinasi yang dilakukan dengan wilayah membahas fungsi-fungsi kewilayahan dan juga sebagai permohonan kepada KPK Monas untuk menerapkan program penataan PKL di Irti

---

<sup>52</sup> Wawancara mendalam dengan “K”



Monas. Wilayah yang menjadi lokasi IRTI Monas yakni Jakarta Pusat dan Kecamatan Gambir. Pada pengaturan kewilayahan terdapat zonasi-zonasi dan penerapan peraturan pembangunan program.

Pada tahap perencanaan berikutnya, sesudah semua tahapan koordinasi dengan Provinsi dan Wilayah selesai dilakukan dilakukanlah koordinasi dengan CSR pihak swasta sebagai pembangun infrastruktur terhadap Program penataan Pedagang Kaki Lima. Tahap koordinasi dengan pihak swasta dilakukan oleh pihak Dinas dan Gubernur. Pada awal mulanya, CSR pihak swasta menawarkan pendanaan pembangunan saja, namun Gubernur menginginkan agar pihak swasta juga menyediakan pelatihan bagi PKL yang akan ditata. Pihak swasta pun menyanggupi dengan syarat terdapat logo perusahaan yang akan dipasang di Lenggang Jakarta. Alur penyusunan perencanaan dapat terlihat pada skema II.1 Tahap Perencanaan.

“Perencanaan awalnya itu Dinas strukturasi pertama dengan biro perekonomian pastinya karena di bawah asisten perekonomian administrasi itu biro perekonomian...Kalau peran dari biro perekonomian, fungsi koordinasi aja dengan kita, koordinasi dengan kebijakannya, misalkan apa ini prosesnya bertabrakan dengan aturan atau kebijakan yang lainnya.”<sup>53</sup>

“Oh ya, kalau di Provinsi biro Tapem juga (Tata Pemerintahan)”<sup>54</sup>

“Kalau dari Biro Tapem (Tata Pemerintahan) dan kewilayahan, wali kota, camat dan lurah itu tentang fungsi kewilayahan, mereka yang mengatur di wilayah soalnya kan.”<sup>55</sup>

Alur perencanaan meliputi: Pemerintah Provinsi DKI Jakarta selaku Gubernur memberikan wewenang kepada Kepala Dinas KUMKMP untuk melaksanakan program penataan pedagang. Dinas KUMKMP memilih CSR pihak swasta, dimana CSR tersebut dianggap mampu untuk bekerja sama dalam membangun infrastruktur

---

<sup>53</sup> Wawancara mendalam dengan “A”

<sup>54</sup> Wawancara mendalam dengan “A”

<sup>55</sup> Wawancara mendalam dengan “A”

di Lenggang Jakarta, Setelah dicanangkan CSR yang dianggap mampu, kemudian diadakan rapat dengan pihak swasta tersebut, dimana rapat tersebut berlangsung antar Pemerintah Provinsi DKI Jakarta yang dikuasakan kepada Kepala Dinas KUMKMP. Rapat tersebut membahas tentang MOU pihak swasta dengan Pemerintah Provinsi DKI Jakarta. Isi dari MOU tersebut berupa hak dan kewajiban bagi pihak swasta yang bersangkutan.

“Dulu, kami mencari CSR mana yang mampu dan mau. Itu dulu pekerjaan dari Dinas yang melakukan semua seperti pencarian CSR, mengurus pembangunannya.”<sup>56</sup>

“...dilakukanlah perjanjian kerjasama (MOU) antara Pemerintah Provinsi dengan PT Sosro ini, kemudian terbangunlah yang ada sekarang ini.”<sup>57</sup>

“...ada rapat antara dua instansi ini, Pemprov DKI yang dikuasakan kepada Kepala Dinas Koperasi, harusnya Gubernur kan. Namun, ada juga langsung antara Gubernur dengan CEO PT Sosro...”<sup>58</sup>

“Pemprov itu kan harusnya Gubernur tapi Gubernur memberikan kuasa kepada Kepala Dinas dan Kepala Dinas lah yang membidangi teknis itu untuk melakukan MOU (Memory Of Understanding / Perjanjian Kerja Sama) antara Pemprov dengan PT Sosro”<sup>59</sup>

Setelah proses perencanaan dilakukan diadakanlah sosialisasi terkait pembongkaran. Pihak agen formal yakni Dinas KUMKMP berkoordinasi dengan Suku Dinas KUMKMP memberikan surat peringatan dengan tiga tahapan. *Pertama*, tahap 7x24 jam. Pada tahap pertama ini pedagang diberikan waktu sekitar 7x24 jam untuk mengosongkan lokasi asal; *Kedua*, ditahapan ini, jeda waktu diberikan 3x24 jam, dalam waktu 3 hari setelah surat diberikan, pedagang diberikan kesempatan untuk mengosongkan lokasi, jika masih ada pedagang yang ”bandel” masuk pada tahap berikutnya; *Ketiga*, 1x24 jam. Pedagang diberikan kesempatan untuk

---

<sup>56</sup> Wawancara mendalam dengan “J”

<sup>57</sup> Wawancara mendalam dengan “J”

<sup>58</sup> Wawancara mendalam dengan “J”

<sup>59</sup> Wawancara mendalam dengan “J”

mengosongkan lokasi dalam kurun waktu satu hari setelah surat peringatan diberikan dan jika ada pedagang yang masih belum mentaatinya keluar surat perintah bongkar dan pembongkaran akan dilakukan oleh agen formal terkait.

“Sosialisasi dan mengundang semua para pedagang. Polanya kalau ga salah beberapa sesi karna 700, ga mungkin dalam satu waktu sekali ini.”<sup>60</sup>

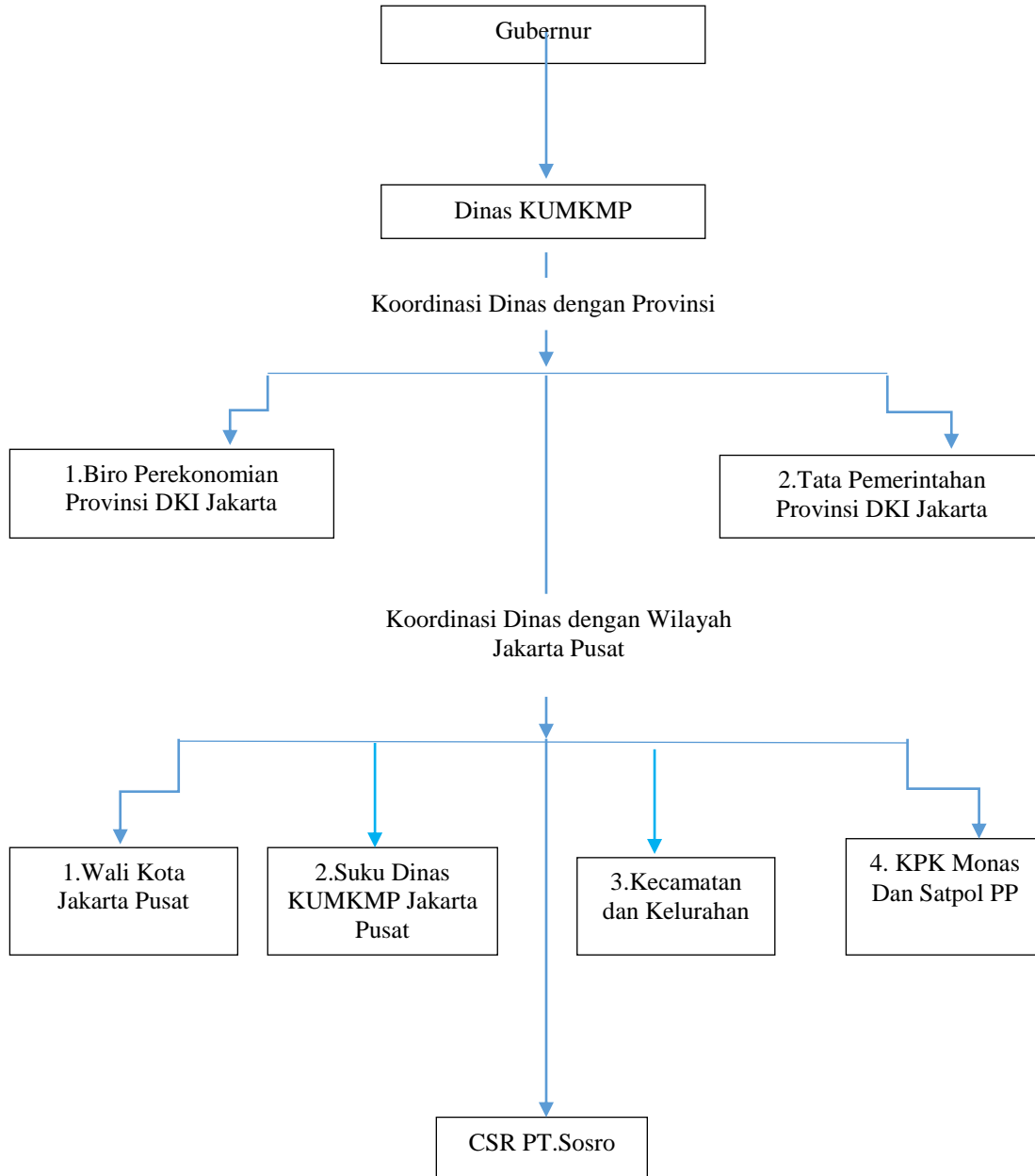
“Kalau standarnya ya, kita bicara standar biasanya 7,3,1. 7,3,1 itu surat peringatan. Surat peringatan satu itu 7x24 jam. Setelah itu, masih ada yang tidak mematuhi bikin surat peringatan dua, 3x24 jam untuk bongkar sendiri, setelah itu baru surat peringatan tiga, 1x24 jam, kalau mereka masih ada di wilayah itu, keluar surat perintah bongkar. Surat perintah bongkar itu satu hari setelah surat peringatan tiga itu diedarkan”<sup>61</sup>

---

<sup>60</sup> Wawancara mendalam dengan “A”

<sup>61</sup> Wawancara mendalam dengan “A”

### Skema II.1 Tahap Perencanaan



Sumber: Data Primer Dinas KUMKMP (Maret, 2016)

## 2.5 Pemilihan Lokasi dan Pihak yang Bekerja Sama

Pemilihan lokasi Lenggang Jakarta berada di sekitar IRTI Monas didasari pada Instruksi Gubernur yang mencanangkan kebijakan penataan PKL. IRTI memang pada dasarnya diperuntukkan usaha yang berjualan di Monas. Namun, dengan kondisi IRTI yang “semrawut” dengan PKL yang kian hari bertambah membuat lapangan IRTI memiliki lahan yang cukup sempit dan tidak tertata. Kondisi PKL yang sebelumnya menempati lokasi IRTI dan belum ditata (Lihat Gambar II.1).

“...Memang di situ kan tadinya tempat usaha tapi dikembangkan lagi dan itu ditetapkan sebagai lokasi sementara...”<sup>62</sup>

Pencarian pihak sebagai penyedia pembangunan Lenggang Jakarta ini dilakukan oleh Dinas KUMKMP. Pihak Dinas memutuskan bahwa pilihan dijatuhkan kepada pihak CSR. Sebelumnya pihak swasta ingin memberikan Dana CSR saja, tetapi Pihak Pemerintah DKI mengadakan kerja sama dengan pihak swasta tersebut sehingga tidak hanya membangun infrastruktur yang ada tetapi juga memberikan pelatihan kepada pedagang, yakni dalam mengolah bahan makanan, menjaga kebersihan, memasak menu khas Indonesia, dan pelatihan manajemen keuangan. Pihak-pihak yang terlibat dan bekerja sama meliputi CSR pihak swasta yang mengurus pembangunan dan pelatihan bagi pedagang. Pembangunan yang dilakukan CSR pihak swasta menghabiskan biaya sekitar Rp12.000.000.000,00. Pihak swasta juga memberikan syarat untuk pemasangan logo di Lenggang Jakarta, dan menjual hanya produk-produk yang berasal dari pihaknya dalam lingkungan Lenggang

---

<sup>62</sup> Wawancara mendalam dengan “A”

Jakarta. Penyediaan tempat di Lenggang Jakarta tersebut memiliki kuota sebanyak 339 pedagang yang sudah terdata dan terverifikasi, namun seiring berjalannya waktu, pedagang tersebut makin bertambah dan belum semua pedagang yang berlokasi di IRTI Monas bisa menempati lokasi binaan sementara tersebut dikarenakan keterbatasan tempat yang ada dan sulitnya pencarian lahan di luar monas. Pedagang yang sudah terdata sebanyak 339 tersebut belum semuanya menempati lokasi dagang dan dikarenakan berbagai faktor, seperti beberapa pedagang yang tidak kunjung menyerahkan persyaratan untuk lapor diri.

“...Pengelola PT Sosro, PT Rekso itu pembangun...”<sup>63</sup>

“Kalau ga salah 12 Milyar”<sup>64</sup>

Mitra lainnya adalah Bank Mandiri dalam penyediaan mesin *Electronic Data Captures* (selanjutnya disingkat EDC) untuk pembayaran dan Bank DKI untuk pembayaran retribusi secara auto debet. Selain mitra yang sudah disebutkan, pihak Badan Pengawasan Obat dan Makanan (selanjutnya disingkat BPOM) juga berencana untuk diajak bekerja sama untuk melakukan pengawasan dalam penggunaan bahan makanan selama 2 bulan sekali. Sebelumnya, pihak BPOM belum terikat kerja sama, mereka hanya dipanggil jika pada saat *monitoring yang* dilakukan pihak suku dinas kumkmp, ditemukan sesuatu yang mencurigakan dari pihak pedagang.

“Ini nanti kita akan lakukan kerja sama dengan BPOM, paling tidak dilakukan, minimal 2 bulan sekali untuk, emmm, melakukan pengawasan pengujian makanan itu. Kalau dulu, kita melakukan pengujiannya sesuai kebutuhan kita. Kalau pengen melakukan pengujian makanan, ya kita uji, Kalau saat keliatannya tidak ada yang perlu dicurigai, kita tidak mengundang mereka. Nah, pada saat kita makan di situ saat melakukan

---

<sup>63</sup> Wawancara mendalam dengan “J”

<sup>64</sup> Wawancara mendalam dengan “A”

pengawasan, kok kayaknya ada yang mencurigakan dari makananya, kita uji, kita undang BPOM.”<sup>65</sup>

## 2.6 Proses pra-Penerapan Program

### 2.6.1 Lokasi Awal

Lokasi awal Lenggang Jakarta masih menggunakan tenda-tenda dan di sekitar IRTI (Lihat Gambar II.1). Selain menggunakan tenda, pedagang menggunakan gerobak dan tidak hanya berjualan di satu tempat saja. Peraturan yang hanya saat itu didasarkan Pergub 10 tentang ketertiban umum serta kurang adanya tindakan tegas dalam menerapkan peraturan tersebut, membuat pedagang kaki lima memiliki ruang gerak yang bebas. Beberapa pedagang juga menyatakan jika dagangan tidak laku sebelum adanya penataan ini, mereka dapat berpindah ke tempat yang sekiranya memiliki peluang laris.

“Mereka dagang di tenda. Tenda-tenda yang mereka bangun sendiri dan itu ga ada pengaturan dan hanya berdasarkan Pergub 2010 tentang ketertiban umum. Ketertiban umum ini kan di bawah Satpol PP, mereka yang melakukan pengawasan langsung terhadap para pedagang, gitu.”<sup>66</sup>

“...Rata-rata dulu kan di IRTI pakai gerobak...”<sup>67</sup>

“...Saya kalau disini ga dapet, ditariknya ke dalam monas gitu dulu. Dulu masih boleh ke Monas. Ada yang jualan di sini, ada yang ke dalam, gitu. Dulu kan pake gerobak, kalau ga laku di sini, di bawa ke monas. Jadi, laku terus.”<sup>68</sup>

Status lapangan IRTI merupakan milik KPK Monas, dimana Dinas KUMKMP sebagai pihak yang membina PKL meminjam lahan untuk membangun Lenggang Jakarta, masih terdapatnya proses yang harus ditempuh untuk menjadikan Lenggang Jakarta sebagai lokasi binaan, konsep lokasi binaan ini merupakan lokasi

---

<sup>65</sup> Wawancara mendalam dengan “J”

<sup>66</sup> Wawancara mendalam dengan “A”

<sup>67</sup> Wawancara mendalam dengan “A”

<sup>68</sup> Wawancara mendalam dengan “K”

tetap dan permanen, berbeda dengan lokasi sementara yang sewaktu-waktu diperlukan oleh pemerintah dapat dibongkar. Pengalihan asset ini dilakukan oleh Badan Pengelolaan Keuangan Daerah (selanjutnya disingkat BPKD) dengan persyaratan administrasi yang harus diberikan dan persetujuan dari agen pemerintah lainnya. Oleh karena itu, lokasi Lenggang Jakarta masih merupakan lokasi sementara, belum menjadi lokasi binaan.

“Lahan tersebut belum mengalami pengalihan asset. Sebenarnya lahan itu punya Monas kan. Punya KPK Monas, KPK Monas kepanjangannya Kantor Pengelola Kawasan Monas. Sedangkan kita kan sifatnya meminjam lahan dan ini belum ada pengalihan asset, walaupun nanti ada pengalihan asset dari BPKD (Badan Pengelolaan Keuangan Daerah) lalu pengalihan asset ke kita, baru secara permanen bisa dijadikan lokbin atau lokasi binaan.”<sup>69</sup>

## 2.6.2 Proses Pendaftaran dan Verifikasi

Pedagang yang masih berjualan di kios sekitar IRTI yang telah didata sebelumnya mencapai 339 pedagang. Pedagang tersebut akan ditata ke Lenggang Jakarta yang dibangun oleh pihak swasta. Pedagang yang sudah didata diberikan undangan yang terdapat foto setiap pedagang yang terdata. Pedagang juga diwajibkan membawa persyaratan untuk menempati Lenggang Jakarta seperti foto kopi KTP DKI Jakarta dan KK, serta KTP dan KK asli yang akan discan. Setiap pedagang yang akan mengumpulkan persyaratan tersebut, wajib membawa serta undangan yang sudah diberikan.

“Setelah kami data untuk orang yang berjualan dalam satu area tapi sudah beratap sebelumnya. Emmm apa namanya, sudah berbentuk bangunan dan isinya dalam bangunan itu 339 pedagang”<sup>70</sup>

“Jadi kan waktu mendata awal, kita udah tau nih 339 nih orangnya siapa aja, fotonya kayak gimana, kita bikin lah undangan yang mencantumkan foto. Jadi mereka datang

<sup>69</sup> Wawancara mendalam dengan “A”

<sup>70</sup> Wawancara mendalam dengan “J”



membawa itu surat undangan , membawa KTP dan KK yang asli yang akan kita scan. Lalu, melampirkan foto copy KTP dan KK yang dikumpulkan, seperti itu.”<sup>71</sup>

Semua persyaratan yang terkumpul akan dilakukan verifikasi oleh Suku Dinas dengan pengamanan yang dilakukan oleh pihak kepolisian dan verifikasi dilakukan pada tahun 2014. Verifikasi yang dilakukan dengan mencocokkan persyaratan yang sudah ditentukan dengan dokumen yang sudah dibawa oleh pedagang yakni KTP asli DKI Jakarta, KK. Tujuan verifikasi tersebut untuk memastikan bahwa pedagang merupakan penduduk DKI Jakarta dan mengacu pada Instruksi Gubernur Nomor 170 Tahun 2014. Namun, pedagang yang mengikuti verifikasi disesuaikan dengan lokasi tempat yang disediakan. Keterbatasan tempat membuat pedagang yang sudah terdata sebanyak 339 pedagang, tidak bisa dimasukkan semuanya. Oleh karena itu, pedagang yang lolos verifikasi ditentukan berdasarkan kelengkapan dokumen dan sistem undi. Pedagang yang lolos dalam kelengkapan dokumen dan sistem undi berhak menempati kios di Lenggang Jakarta.

“kita lakukan satu hari cukup, itu sampai tengah malam butuh penjagaan Polisi juga.”<sup>72</sup>

“Kita melakukan verifikasi pedagang juga mulai dari tahun 2014”

“KTP asli DKI Jakarta, terus KK asli yaa karena kan untuk pembayaran retribusi, diwajibkan pedagang itu adalah pedagang penduduk DKI sesuai dengan Instruksi Gubernur Nomor 170 Tahun 2014 tentang pendataan PKL..Harus berKTP DKI Jakarta itu binaan kita...”<sup>73</sup>

### 2.6.3 Proses Pemberdayaan Pedagang

Konsep pemberdayaan pedagang berasal dari studi banding ke rumah makan apung di Sentul City. Rumah makan apung menggunakan metode *cashless*, hal tersebut juga diterapkan ke Lenggang Jakarta. Selain itu, pedagang juga dilatih oleh

<sup>71</sup> Wawancara mendalam dengan “J”

<sup>72</sup> Wawancara mendalam dengan “J”

<sup>73</sup> Wawancara mendalam dengan “A”

pihak swasta setiap dua minggu sekali. Pelatihan tersebut berlangsung dalam tiga tahap, dan berlangsung sejak 2014 dan pedagang yang sudah mengikuti pelatihan tersebut sudah lolos verifikasi dari Sudin KUMKMP.

“...Tahapannya itu mulai dari tahun 2014...”<sup>74</sup>

“baru kita verifikasi benar apa engga. Kalau sudah benar, kita berikan pelatihan kepada mereka. Pelatihan mulai dari segi penyajian, masak, kemudian dari manajemen juga emm pembukuan dan pelaporan sambil diajarin juga.”<sup>75</sup>

Berbagai teknik-teknik dalam menarik pembeli juga diajarkan, tidak hanya dari segi rasa tapi juga dari sikap mereka dalam melayani pembeli turut diajarkan juga. Berikut adalah beberapa pokok materi pelatihan yang diberikan ke pedagang, yakni pedagang diajarkan bagaimana cara melayani konsumen (dalam hal ini teknik ramah tamah diajarkan untuk melayani konsumen); menyajikan makanan dan pengolahannya (teori dan praktik); serta penggunaan mesin EDC untuk pembayaran. Pelatihan memasak diajarkan juga dalam bentuk teori dan praktik. Tujuan pelatihan tersebut agar PKL bisa lebih teratur, mutu makanannya terjaga, hingga kualitas rasa makanan yang bisa setara dengan hotel berbintang, namun dengan harga kaki lima atau terjangkau.<sup>76</sup> Para pedagang yang sudah melakukan pelatihan secara teori akan mulai memasak di kios yang sudah dibangun, dengan diawasi langsung oleh koki yang melatih. Praktik memasak tersebut dilaksanakan pada tanggal 7 April 2015.<sup>77</sup>

“Dari Sosro. Pelatihan ya terima kalau ada pembeli, sikapnya bagaimana, harus sopan, pelatihan masak, pelatihan gunain ATM”<sup>78</sup>

<sup>74</sup> Wawancara mendalam dengan “J”

<sup>75</sup> Wawancara mendalam dengan “J”

<sup>76</sup> Data diperoleh [news.liputan6.com/read/2064470/lenggang-jakarta-ala-ahok-di-lapangan-irti-monas](http://news.liputan6.com/read/2064470/lenggang-jakarta-ala-ahok-di-lapangan-irti-monas). Diakses pada tanggal 17 April 2016, pukul 16.46 WIB.

<sup>77</sup> Data diperoleh [www.beritasatu.com/megapolitan/261318-april-penataan-pkl-lewat-program-lenggang-jakarta-akan-diresmikan](http://www.beritasatu.com/megapolitan/261318-april-penataan-pkl-lewat-program-lenggang-jakarta-akan-diresmikan). Diakses pada tanggal 16 April 2016, pukul 22.09 WIB.

<sup>78</sup> Wawancara mendalam dengan “K”

“Yang melakukan pelatihan dari Sosro juga karena emm Sosro ini mengundang konsultan yang bagus, apalagi di bidang Kuliner, namanya Chef Ragil yang di TV. Dia Chef yang melatih mereka, untuk menyajikan karena mereka kan itu PKL ya. Jadi, penyajiannya itu asal-asalan yang penting orang bisa makan...”<sup>79</sup>

## 2.7 Proses Implementasi Program

### 2.7.1 Proses Pembongkaran

Pembongkaran dilakukan tanggal 16 Oktober 2014 dan berkoordinasi dengan berbagai personil agen formal seperti Satpol PP, Polisi, Tentara Nasional Indonesia (selanjutnya disingkat TNI), dan Satuan Kerja Perangkat Daerah (selanjutnya disingkat SKPD) lainnya. Penertiban dilakukan oleh 1.000 pasukan dari Satpol PP dan melibatkan 100 anggota TNI dan Polisi.<sup>80</sup> Selain itu, ratusan aparat dari SKPD yang terlibat seperti Dinas UKM, Dinas Kebersihan, Dinas Perhubungan, camat, dan lurah. Saat proses pembongkaran juga melibatkan Biro Hukum untuk berjaga-jaga jika terjadi tuntutan dari para pedagang. Proses pembongkaran yang dilakukan ini didasari oleh kekuasaan legitimasi yang mengikuti Pergub Nomor 10 Tahun 2015 untuk menerapkan penataan PKL.<sup>81</sup> Jika digambarkan melalui skema, berbagai agen pada tahap pembongkaran dapat dilihat dalam Skema II.2.

“Kalau pembongkaran, kita bantuan personil biasanya Satpol, Polisi, TNI, SKPD yang lain diundang untuk menyaksikan pelaksanaan itu. Kita biasanya mengundang Biro Hukum juga untuk perlindungan hukumnya kalau misalnya ada tuntutan dari para”<sup>82</sup>  
 “Kegiatan personil TNI Polri ada biaya sendiri juga yang dikeluarkan, satu orang itu 250.000 per satu hari, kalau dari Satpol PP sih ga ada...”<sup>83</sup>

<sup>79</sup> Wawancara mendalam dengan “J”

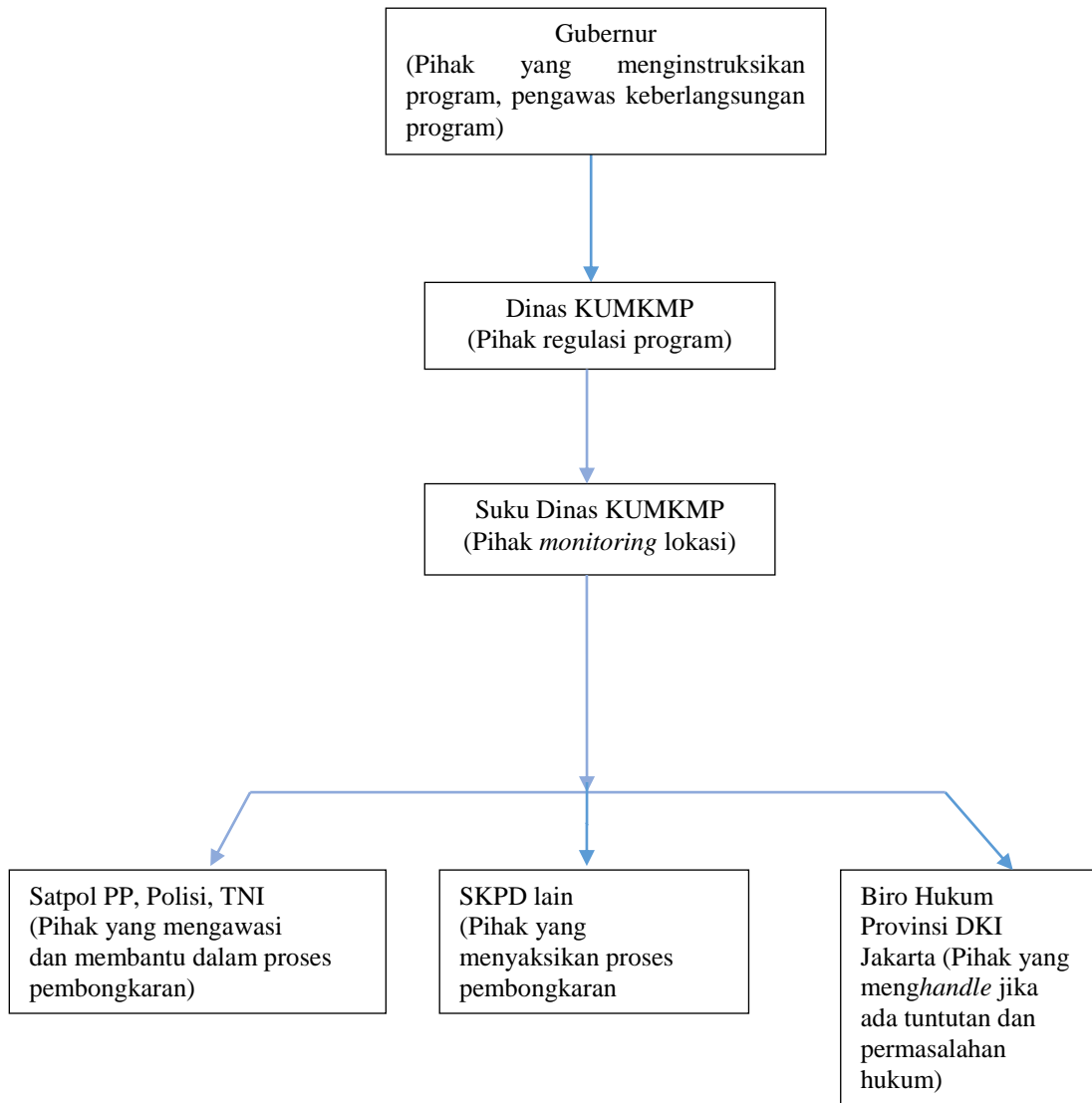
<sup>80</sup> Data diperoleh [www.solopos.com/2014/10/16/penertiban-monas-satpol-pp-bongkar-ratusan-kios-di-irti-monas-544778](http://www.solopos.com/2014/10/16/penertiban-monas-satpol-pp-bongkar-ratusan-kios-di-irti-monas-544778). Diakses pada tanggal 17 April 2016, pukul 22.33 WIB.

<sup>81</sup> Peraturan Gubernur Nomor 10 Tahun 2015. Diakses pada tanggal 21 April 2016. Pukul 11.34 WIB

<sup>82</sup> Wawancara mendalam dengan “A”

<sup>83</sup> Wawancara mendalam dengan “A”

**Skema II.2**  
**Agen yang Terlibat pada Tahap Pembongkaran**



Sumber: Data Primer Dinas KUMKMP dan Sudin KUMKMP (Maret, 2016)

### 2.7.2 Proses *Launching* dan Pengundian Kios

*Soft launching* Lenggang Jakarta pada tanggal 17 April 2015 dan resmi dibuka secara luas pada tanggal 22 Mei 2015.<sup>84</sup> Adapun tahapan penempatan kios diantaranya melalui pengundian. Selain itu Pedagang yang akan menempati Lenggang Jakarta dibagi dalam dua kategori yakni kuliner dan non kuliner. Sistem penempatan kios berdasarkan blok diterapkan pada Lenggang Jakarta, hal tersebut memudahkan untuk pembagian kios berdasarkan sistem undi dan pendataan pedagang kuliner dan non-Kuliner dan juga memudahkan konsumen dalam memilih menu makanan yang tersedia.

Pembagian blok terdiri atas Blok A, B, C, dan D dengan pembagian menu makanan yang akan dijual ditentukan oleh pihak pengelola atau sesuai dengan kebutuhan yang ada di lokasi Lenggang Jakarta. Pembagian menu tersebut tidak selalu sama dengan menu yang sudah dijual oleh pedagang di lokasi asal. Hambatan pun juga ditemui dalam proses penempatan kios ini, seperti beberapa pedagang menginginkan posisi paling depan untuk berjualan, mereka beranggapan posisi tersebut yang paling strategis.

“...Kan diresmikanya tanggal 22 Mei atau 20 Mei 2015 diresmikan langsung oleh Gubernur pada saat itu”<sup>85</sup>

“Dari pengelolanya yang menentukan. Menunya sama tapi bloknya berbeda.”<sup>86</sup>

“Ada yang berbeda juga. Jadi harus mengikuti memang. Mengikuti trend atau yang dibutuhkan di situ, jangan sampai semua jualan Soto Bogor. Kita bikin bervariasi. Lagipula di sana kan ada beberapa blok tuh, ada empat blok di sana kan. Jadi, setiap blok di sana diusahakan menu makanan yang berbeda-beda.”<sup>87</sup>

<sup>84</sup> Data diperoleh /megapolitan.kompas.com/read/2015/05/22/0732535/. Diakses pada tanggal 17 April 2016, pukul 13.03 WIB.

<sup>85</sup> Wawancara mendalam dengan “J”

<sup>86</sup> Wawancara mendalam dengan “J”

<sup>87</sup> Wawancara mendalam dengan “J”

“Pedagang kan banyak yang maunya di posisi paling depan tapi skenario harus tetap berjalan, bisa babak belur kita kalau ngikutin mau mereka”<sup>88</sup>

## 2.8 Profil Lenggang Jakarta

Lenggang Jakarta dibangun dalam kurun waktu 1.5 tahun atas kerja sama Pemerintah Provinsi DKI Jakarta yang diwakilkan oleh Kepala Dinas UKMP dengan perusahaan swasta menggunakan dana CSR pihak swasta. Lenggang Jakarta merupakan lokasi sementara PKL yang mengalami penataan dengan total PKL yang ada di dalam sebanyak 300 dan sisanya masih *waiting list*. Semua transaksi di Lenggang Jakarta menggunakan *e-money* dari Bank Mandiri. Lokasi Lenggang Jakarta terdapat di sisi Selatan Monas tepatnya di sebelah area parkir IRTI. Lenggang Jakarta juga memiliki jam operasional, yakni pada tabel II.1

“...tapi yang baru masuk di Lenggang Jakarta itu 300 karena keterbatasan tempat ya dan sisanya ini masih *waiting list*..”<sup>89</sup>

**Tabel II.1**  
**Waktu Operasional Lenggang Jakarta**

No.	Hari	Jam Buka	Jam Tutup
1.	Senin – Kamis	Buka 10.00	Tutup 23.00
2.	Jumat	Buka 10.00	Tutup 24.00
3.	Sabtu – Minggu	Buka 07.00	Tutup 24.00

Sumber: Data Sekunder Lenggang Jakarta. Diakses pada tanggal 26 Desember 2015. Pukul 18.59 WIB

Berdasarkan Tabel II.1 Pedagang yang berjualan di lenggang Jakarta memiliki jam operasional yang sudah ditentukan, dimana pada hari senin sampai kamis, pedagang beroperasi mulai pukul 10 pagi hingga pukul 11 malam. Hari jumat, jam operasional memiliki kesamaan pada hari sebelumnya yang berbeda hanya jam tutup

<sup>88</sup> Wawancara mendalam dengan “A”

<sup>89</sup> Wawancara mendalam dengan “A”

yang lebih malam, yakni pukul 12 malam. Sedangkan, pada hari sabtu dan minggu, beroperasi lebih awal yakni pukul 7 pagi dan tutupnya sama seperti hari Jumat yakni jam 12 malam. Lenggang Jakarta tetap beroperasi meskipun hari libur nasional.

Lokasi binaan ini ditempati oleh berbagai jenis pedagang yang sudah lolos dokumen dan verifikasi, seperti pedagang kuliner, aksesoris, dll. Menu kuliner yang diujakan tidak hanya terdiri dari makanan khas Indonesia tetapi juga makanan khas daerah tertentu. Beberapa kios di Lenggang Jakarta dibedakan antara kios untuk pedagang kuliner dan pedagang non-Kuliner. Kios pedagang kuliner memiliki khas warna putih dan terdapat pilihan menu yang sudah disertai harga. Sedangkan, kios pedagang non-Kuliner dipisahkan dari pedagang kuliner dan memiliki corak warna merah bata. Total pedagang non-Kuliner lebih banyak dan dalam hal pembayaran dilakukan secara *cash* bukan melalui *elektronic money*. Pembayaran *non-Cash* dilakukan hanya untuk pedagang kuliner. Pedagang kuliner yang sudah terdata di Lenggang Jakarta harus mengikuti pelatihan memasak. Berikut adalah berbagai jenis barang dan makanan yang diujakan di lenggang Jakarta:

**Tabel II.2**  
**Jenis Pedagang dan Kategori Produk yang Dijual**

No.	Makanan	Minuman	Aksesoris
1.	Baso Malang	Es campur	Gantungan kunci
2.	Baso Solo	Es cendol	Hiasan mobil antik
3.	Mie ayam Jakarta	Es doger	Baju
4.	Soto mie Bogor	Kopi Aceh Gayo	Tas
5.	Mie kocok Bandung	Kopi Sumatra Mandailing	Gelang
6.	Mie cakalang Manado	Kopi Merapi Jogjakarta	Miniatur monas
7.	Mie godog Jawa	Kopi Bali	Dll
8.	Mie Aceh	Kopi Toraja	
9.	Laksa Jakarta	Kopi Papua Wamena	

No.	Makanan	Minuman	Aksesoris
<b>Total Pedagang Kuliner 126</b>			<b>Total Pedagang non-Kuliner : 178</b>

Sumber: Data Primer Sudin KUMKMP, 2016.

Berdasarkan tabel II.2, berbagai produk yang diujakan pedagang kuliner dan Non Kuliner , kemudian jumlah pedagang di antaranya terdapat 126 pedagang kuliner dan 178 pedagang non kuliner (pakaian, sepatu, tas dan souvenir) dengan total pedagang sebanyak 304. Berbagai jenis kuliner khas Indonesia ataupun Khas Daerah diujakan. Harga yang ditawarkan juga bervariasi dari setiap menu. Berbagai bahan yang digunakan dalam *variant* kuliner diawasi juga oleh BPOM, dimana pengawasan makanan berada dibawah Dinas KUMKP. Setiap menu kuliner yang disuguhkan diuji terlebih dahulu oleh BPOM.<sup>90</sup>

“...Dinas, mereka pengawasan dari segi makanan, kayak pernah kita undang dari BPOM...”<sup>91</sup>

Pada Gambar II.2 (kiri) pengunjung bisa masuk lokasi Lenggang Jakarta melalui gerbang masuk di bagian kiri, pada daerah ini juga tersedia kamar mandi dan lokasi hiburan bagi anak-anak. Pedagang yang berada dilokasi gerbang samping kiri tersebut merupakan pedagang tidak resmi yang tidak terdaftar di Arena Lenggang Jakarta. Gambar II.2 (kanan) merupakan area depan Lenggang Jakarta yang merupakan lokasi kuliner dan non-kuliner di Monas, semua pedagang kios di Lenggang Jakarta ini masuk dalam kategori pedagang resmi.

<sup>90</sup> Data diperoleh [www2.jawapos.com/baca/artikel/17609/gandeng-bpom-awasi-makanan-di-lenggang-jakarta](http://www2.jawapos.com/baca/artikel/17609/gandeng-bpom-awasi-makanan-di-lenggang-jakarta) Gandeng BPOM Awasi Makanan di Lenggang Jakarta. Diakses tanggal 26 Desember 2015, pukul 17.06 WIB.

<sup>91</sup> Wawancara mendalam dengan “J”



**Gambar II.2**  
**Lokasi Lenggang Jakarta (Gerbang Masuk Samping Kiri) dan Lenggang Jakarta Tampak Depan (Kanan)**



Sumber: Dokumentasi Pribadi (Maret, 2016)

## 2.9 Penutup

Program penataan kaki Lima diwujudkan dalam program Lenggang Jakarta. Lenggang Jakarta merupakan nama tempat kuliner dan non-Kuliner yang ditujukan sebagai lokasi baru pedagang IRTI. dari di IRTI Monas, Kecamatan Gambir, Jakarta Pusat. Program Lenggang Jakarta ini pada awal mulanya adalah keinginan Gubernur untuk menata pedagang di IRTI agar tampak tertib dan mengacu pada Rencana Tata Ruang dan Rencana Wilayah yang berlaku pada saat ini. Infrastruktur program ini dibangun oleh pihak swasta dan pengelolaan Lenggang Jakarta dilakukan oleh pihak swasta. Status Lenggang Jakarta ini masih lokasi binaan sementara dan belum adanya pengalihan *asset* oleh BPKD ke agen formal terkait.

Penataan pedagang melalui Lenggang Jakarta ini ditujukan agar lokasi IRTI Monas terlihat tertib dan teratur, selain itu untuk meningkatkan kesejahteraan pedagang tersebut dengan diadakannya juga pelatihan memasak, menyajikan makanan, melayani pembeli, menjaga kebersihan, dan manajemen keuangan.

Pelatihan tersebut diadakan oleh pihak swasta bagi pedagang yang sudah melalui tahap verifikasi berkas dan diharapkan dengan adanya pelatihan ini pedagang kaki lima dapat lebih maju. Mitra lain yang terlibat untuk melakukan pengawasan ialah BPOM, pihak ini menguji bahan-bahan makanan yang digunakan pedagang, dan juga bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen jika berbelanja di Lenggang Jakarta.

**BAB III**  
**PERUBAHAN RELASI SOSIAL MELALUI PROGRAM**  
**LENGGANG JAKARTA**

**3.1 Pengantar**

Program Lenggang Jakarta di IRTI Monas ini memiliki tujuan untuk menata PKL yang jumlahnya kian banyak dan tidak terkontrol sehingga lokasi IRTI yang pada mulanya memang diperuntukkan sebagai tempat usaha menjadi lebih tertata, namun Lenggang Jakarta ini masih terkategori sebagai lokasi sementara yang sewaktu-waktu jika diperlukan pemerintah, lokasi tersebut akan di bongkar. Hal tersebut disebabkan lahan Lenggang Jakarta masih dimiliki oleh KPK Monas dan belum adanya pengalihan *asset* dari BPKD ke Dinas KUMKMP. Jika pengalihan *asset* tersebut sudah ada, lokasi lenggang Jakarta akan berkembang menjadi lokasi binaan yang permanen. Tujuan dibentuknya program ini pada mulanya berasal dari ide Gubernur yang menginginkan tempat yang layak bagi PKL, terjaganya ketertiban di lokasi IRTI memberikan kesejahteraan bagi PKL, dan terjaminnya keamanan penggunaan bahan makanan yang dijual.

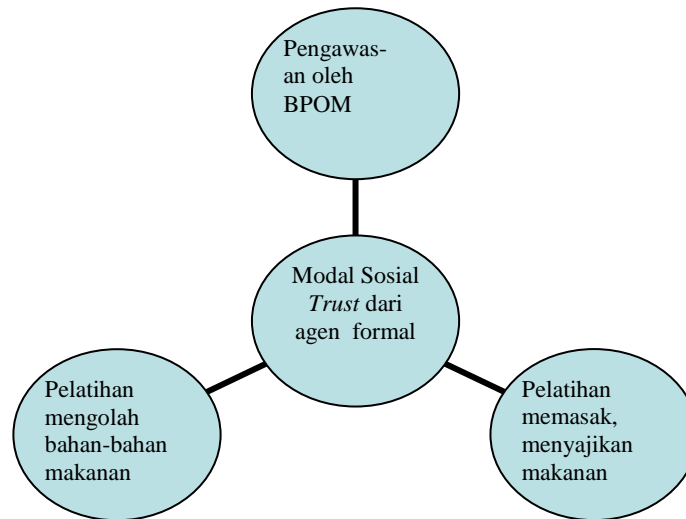
Penataan di IRTI ini melibatkan Pemda DKI Jakarta yang diwakili oleh Dinas KUMKMP sebagai Pembina pedagang, Suku Dinas KUMKMP yang melakukan *monitoring* lokasi, Satpol PP sebagai pengawas ketertiban lingkungan Lenggang Jakarta dari PKL tidak resmi, BPOM yang melakukan pengawasan dari segi penggunaan bahan makanan, pengelola lenggang Jakarta dari pihak swasta selaku

pihak yang memberikan pelatihan terhadap pedagang, dan pihak tersebut juga sebagai pihak pembangun infrastruktur Lenggang Jakarta. Program Lenggang Jakarta ini secara langsung ataupun tidak langsung, menimbulkan dampak dari aspek sosial dan aspek ekonomi. Aspek sosial ini menimbulkan perubahan relasi dari segi makro, meso, dan mikro. Deskripsi relasi dari segi makro yakni relasi yang luas dan terjadi antara pedagang dengan Pemerintah/Instansi terkait yang menaungi Lenggang Jakarta; dampak dari segi mikro meliputi relasi pedagang dengan konsumen dan relasi pedagang dengan pedagang; dampak dari segi meso ialah relasi pedagang dengan pengelola. Relasi yang sudah dijabarkan tersebut juga dikaitkan dengan dimensi prakseologis (arah orientasi sosial) dan dimensi afeksi (cita-cita, selera).

### **3.2 Lenggang Jakarta sebagai *Field***

Lenggang Jakarta merupakan lokasi sementara bagi pedagang kaki lima yang dahulu berjualan di IRTI Monas. IRTI pun yang sedari awal diperuntukkan sebagai lokasi usaha membuat pedagang yang berada disana berusaha menunjukkan daya saing untuk menarik konsumen, dalam hal ini daya saing dimiliki oleh masing-masing pedagang secara individu. Persaingan tersebut bertujuan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari yang diwujudkan dalam praktik tindakan ekonomi. Menurut Bourdieu, *field* merupakan arena yang didalamnya terdapat usaha perjuangan perebutan sumber daya (modal), dan juga akses terhadap kekuasaan. Modal yang dimaksud ada berbagai macam, dalam hal ini modal sosial dan modal ekonomi dilibatkan.

**Skema III.1**  
**Alur Kontribusi Modal Sosial *Trust***



Sumber: Data Primer Dinas KUMKMP dan Sudin KUMKMP (Maret, 2016)

Modal sosial terlihat terdiri dari *trust*, *norm*, *networking*, berikut adalah penjabaran proses kontribusi modal sosial yang bersumber dari pemerintah ataupun dari pedagang itu sendiri. *Trust* berarti kepercayaan, dalam berdagang, kepercayaan merupakan modal sosial utama untuk memperoleh posisi dalam *field/arena*, banyaknya aktor lain yang terlibat didalam Lenggang Jakarta membuat setiap pedagang diwajibkan memiliki hal ini untuk menarik konsumen. *Norm* merupakan peraturan yang berlaku di Lenggang Jakarta, baik itu dikalangan pedagang sendiri ataupun peraturan yang diterapkan pemerintah. *Networking* merupakan jaringan yang terbentuk dari adanya relasi dari berbagai pihak, baik itu dari pedagang dengan konsumen ataupun dari pedagang dengan pemerintah

*Pertama*, terkait *trust* (Lihat skema III.1 diatas) yang berusaha ditekankan Pemerintah DKI Jakarta untuk mendapat kepercayaan dari konsumen terhadap pedagang di Lenggang Jakarta dengan melibatkan BPOM, dimana setiap dua bulan sekali akan dilakukan inspeksi dadakan terkait pengambilan sampel makanan dan minuman dari semua pedagang di dalam Lenggang Jakarta.

“Ini nanti kita akan lakukan kerja sama dengan BPOM, paling tidak dilakukan, minimal 2 bulan sekali untuk, emmm, melakukan pengawasan pengujian makanan itu...”<sup>92</sup>

Bilamana ada temuan pedagang yang menggunakan bahan-bahan berbahaya akan diberikan surat peringatan serta tidak diperbolehkan lagi untuk berdagang dalam kawasan Lenggang Jakarta. Adanya pelatihan bagi para pedagng kuliner dalam hal menjaga kebersihan dalam mengolah makanan dan peralatan makanan, menyajikan makanan, dan menata makanan juga termasuk upaya menambah tingkat kepercayaan bagi pedagang. Pelatihan tersebut sekaligus bertujuan untuk meningkatkan kualitas makanan yang dijual oleh PKL sehingga *stereotype* yang sudah terbangun dalam persepsi konsumen jika PKL menggunakan bahan-bahan yang tidak terjamin kualitasnya, dan penyajian yang asal-asalan bisa berubah seiring dengan dimilikinya keahlian yang sudah didapatkan melalui pelatihan diatas. Selama ini, pedagang kaki lima yang berjualan di wilayah IRTI Monas acap kali terkena pemberitaan yang miring mengenai tidak higienisnya dagangan yang mereka jual dan penggunaan bahan-bahan berbahaya. Beredarnya kabar tersebut membuat pihak Pemerintah DKI Jakarta berinisiatif memberikan pelatihan bagi pedagang dan pelatihan tersebut

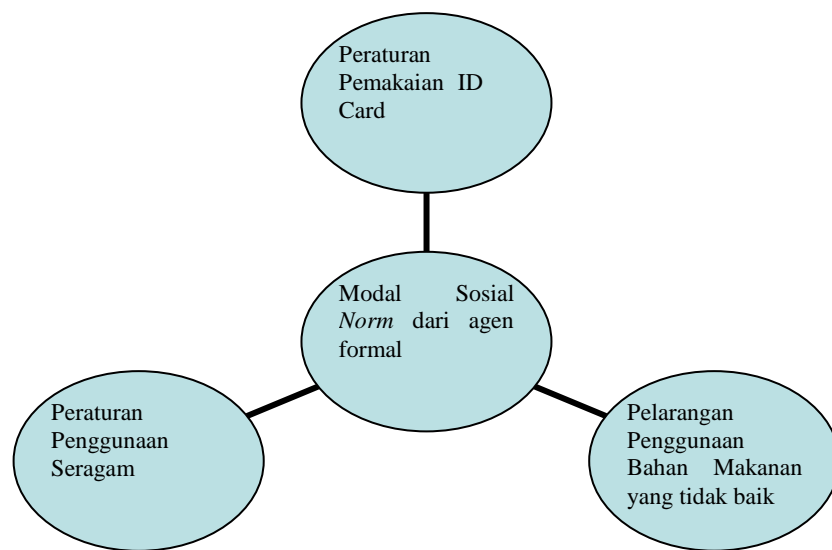
---

<sup>92</sup> Wawancara mendalam dengan “J”

*dihandle* oleh pihak pihak swasta yang membangun infrastruktur di Lenggang Jakarta.

“dapet pelatihan masak, nata makanan, nyajiin makanan, terus pelatihan kebersihan makanan dan ngelayani pembeli”<sup>93</sup>

### Skema III.2 Alur Kontribusi Modal Sosial *Norm*



Sumber: Data Primer Dinas KUMKMP, Sudin KUMKMP, dan Pedagang (Maret, 2016)

*Kedua*, proses kontribusi terkait *norm* (Lihat skema III.2 diatas) adalah adanya beberapa peraturan yang diterapkan terkait citra terhadap Lenggang Jakarta di mata masyarakat seperti penggunaan ID Card yang bertujuan untuk membedakan pedagang resmi Lenggang Jakarta atau tidak, lalu penggunaan seragam bagi PKL Kuliner dan non-Kuliner, seragam masak pedagang kuliner berwarna hitam dan berbentuk apron, sedangkan seragam non-Kuliner berwarna kuning dan berupa kaos.

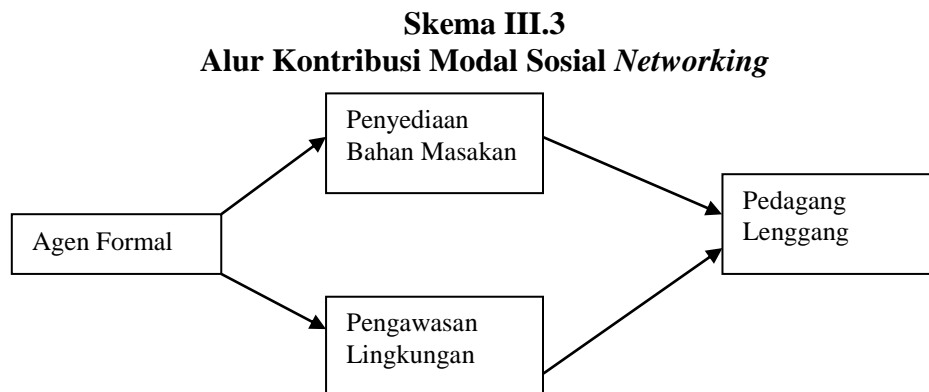
<sup>93</sup> Wawancara dengan "N"

Adanya peraturan terkait pelarangan menggunakan bahan makanan yang rusak, juga merupakan bagian dari *norm*. Namun adanya sanksi dan pengawasan yang lemah jika pedagang tidak mengikuti aturan terkait seragam ini terlihat dari penurunan beberapa pedagang kuliner dan non-Kuliner membuat peraturan tersebut tidak berjalan optimal. Selain dari pihak pengelola, adanya kontribusi terkait *norm* di kalangan pedagang secara implisit untuk menghindari konflik internal, seperti saling menawarkan menu yang dijual oleh teman-temannya, saling bergantian melayani konsumen, dan adanya kesepakatan yang terbentuk dalam menentukan posisi tempat duduk.

“...Kalau ada yang ga laku, dibuang aja kalau sama saya, kan katanya ga boleh lagi. Kalau di sini kan ga boleh, di sini kan dites tiap bulan.”<sup>94</sup>

“Engga apa-apa kalau ga pakai seragam dan kartu pedagang”<sup>95</sup>

“Ga ada sanksi kalau ga pake seragam masak itu”<sup>96</sup>



Sumber: Data Primer Dinas KUMKMP, Sudin KUMKMP, dan Pedagang (Maret, 2016)

<sup>94</sup> Wawancara mendalam dengan “K”

<sup>95</sup> Wawancara dengan salah satu pedagang asesoris di dalam Lenggang Jakarta. Pada tanggal 7 Januari 2015. Pukul 14.07 WIB

<sup>96</sup> Wawancara mendalam dengan “K”



*Ketiga*, aspek kontribusi modal sosial yang terakhir adalah *networking* (Lihat Skema III.3 diatas), dalam aspek ini terbentuk jaringan antara agen formal (Dinas KUMKMP, Sudin KUMKMP, Pengelola Lenggang Jakarta). Jaringan yang terbentuk mengikuti perubahan struktur di dalam *field*. Terjadinya perubahan tersebut menimbulkan terjadinya integrasi ataupun disintegrasi antara aktor di Lenggang Jakarta, hal tersebut dapat dilihat bagaimana struktur yang dibentuk didasari pada kepentingan agen formal di dalamnya dan bertujuan untuk mempertahankan kekuasaan mereka agar bisa mendapatkan *reward* dari pihak yang dikuasai, serta berdampak pada agen yang tidak memiliki kekuasaan apa pun. Jaringan yang terbentuk meliputi distribusi penyediaan bahan-bahan makanan dan pengawasan lingkungan agar sesuai standardisasi struktur yang sudah dibentuk agen formal. Agen yang tidak memiliki kekuasaan apa pun, dalam hal ini adalah pedagang mengikuti kondisi tersebut dan berdampak pada penerapan strategi dan persaingan antar pedagang, kemudian dalam aspek modal ekonomi, agen formal menyediakan sarana dan prasarana untuk berdagang dan pedagang memberikan *reward* kembali berupa pembayaran retribusi dan pemotongan harga 15% setiap menu.

### **3.3 Peran Agen dalam Perencanaan Program**

Program Lenggang Jakarta dibangun dengan dilatarbelakangi perencanaan tata ruang. Tata ruang adalah wujud dari struktur ruang dan pola ruang. Struktur ruang adalah susunan pusat-pusat pemukiman dan sistem jaringan prasarana dan sarana yang berfungsi sebagai pendukung kegiatan sosial ekonomi masyarakat yang

secara hierarkis memiliki hubungan fungsional.<sup>97</sup> Perencanaan tata ruang yang dimaksud terdapat pada RTRW, berbagai program dilakukan untuk melaksanakan perencanaan yang sudah disusun, salah satunya program Lenggang Jakarta yang ditujukan untuk menata Pedagang Kaki Lima di IRTI monas, Jakarta Pusat. Berbagai aspek terkait pengembangan zona dibedakan menjadi beberapa aspek, yakni: *Pertama*, perumahan dan permukiman; *Kedua*, perdagangan dan jasa; *Ketiga*, industri dan pergudangan; *Keempat*, pelayanan umum.<sup>98</sup> Pembentukan program Lenggang Jakarta di IRTI Monas terkait dalam aspek perdagangan dan jasa yang memiliki objek tujuan pedagang kaki lima wilayah tersebut, berbagai cara terkait penerapan program didasari aspek pengaturan, penataan, dan penetapan lokasi. Lenggang Jakarta yang termasuk aspek perdagangan dan jasa, didirikan di wilayah zona hijau yang salah satunya bisa dipergunakan untuk melakukan usaha. Penggunaan Lenggang Jakarta sebagai sarana usaha diperkuat melalui persetujuan prinsip Gubernur atas pemanfaatan lahan tersebut.

“Terkait dengan pembangunan Lenggang Jakarta Monas, Jika dikaitkan dengan Perda Nomor 1 Tahun 2012 tentang RTRW 2030, zonasi yang digunakan tidak merujuk untuk sarana usaha , tetapi zona hijau yang salah satunya bisa dipergunakan untuk melakukan usaha. Penggunaan lenggang sebagai Sarana Usaha diperkuat melalui persetujuan prinsip Gubernur atas pemanfaatan lahan tersebut”<sup>99</sup>

Perencanaan program Lenggang Jakarta meliputi kontribusi dari berbagai pihak agen terkait. Pihak tersebut berasal dari berbagai kalangan yang tersegmentasi dari golongan swasta dan pemerintah. Berdasarkan data yang ada, pihak pemerintah

---

<sup>97</sup> *Ibid.*, hlm 118.

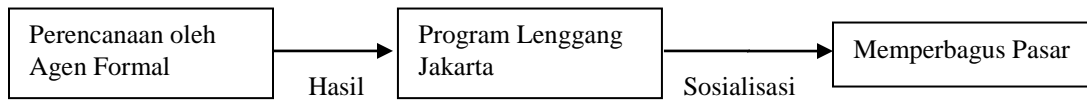
<sup>98</sup> *Ibid.*

<sup>99</sup> Wawancara mendalam dengan “A”

dan swasta yang terlibat terdiri dari Gubernur, Dinas KUMKMP, Biro Perencanaan Provinsi DKI Jakarta, Tata Pemerintahan Provinsi DKI Jakarta, Wali Kota Jakarta Pusat, Suku Dinas KUMKMP, Kecamatan, Kelurahan, KPK Monas, Satpol PP, CSR pihak swasta (Lihat Skema II.1 Tahap Perencanaan Program). Berdasarkan data-data yang didapatkan, perencanaan hanya melibatkan pihak-pihak yang terdapat dalam skema, dalam hal ini pedagang kurang dilibatkan terhadap perencanaan secara detail. Beberapa pedagang pun mengakui, pemberitahuan hanya untuk memperbaiki pasar yang menjadi lokasi berdagang mereka dan tidak adanya peraturan yang memberatkan pedagang. Kurangnya keterlibatan pedagang tersebut terhadap perencanaan secara detail berakibat kurangnya wawasan pedagang terhadap kondisi yang akan dihadapi sehingga strategi yang akan diterapkan harus berdasarkan pengalaman *real* setiap pedagang.

Berdasarkan Skema II.1 mengenai alur perencanaan program Lenggang Jakarta, digambarkan bahwa perencanaan program oleh agen-agen terkait yang sudah dijabarkan pada bab sebelumnya, dimana perencanaan tersebut membahas pelaksanaan-pelaksanaan program, kebijakan yang diterapkan apakah bertentangan dengan peraturan lainnya, dan bentuk penerapan di lapangannya, setelah semua perencanaan selesai, barulah hal tersebut disosialisasikan kepada pedagang terkait akan diterapkannya rencana untuk memperbaiki pasar.

### Skema III.4 Alur Perencanaan Program Lenggang Jakarta



Sumber: Data Primer Dinas KUMKMP, Sudin KUMKMP, dan Pedagang Lenggang Jakarta (April, 2016)

Perumusan perencanaan terdiri dari berbagai agen dan pihak lain yang turut serta dalam perumusannya. Keanakeragaman tersebut dirumuskan dalam kategorisasi aspek agen yang telah dirumuskan yakni : *Pertama, master planning; Kedua, comprehensive planning; Ketiga, strategic planning; Keempat, partisipatory planning.*<sup>100</sup> Berdasarkan temuan penulis pada skema II.1, perencanaan yang diterapkan di Lenggang Jakarta termasuk dalam kategori master planning sehingga kurangnya keterlibatan agen informal, sistem yang diterapkan juga tidak sepenuhnya sanggup dipenuhi oleh pedagang Lenggang Jakarta di IRTI Monas, dalam perumusan perencanaan yang telah dilakukan (Lihat Skema II.1 Tahapan Perencanaan Program) didominasi oleh pihak kepentingan formal.

Pihak agen informal, dalam hal ini ialah pedagang hanya mendapatkan sosialisasi terkait tempat yang akan diperbagus dan peraturan yang diterapkan, namun hanya beberapa pihak yang dilibatkan dalam sosialisasi terkait penerapan peraturan yakni sekitar 15-20 orang dari total keseluruhan 300 pedagang. Minimnya keterlibatan pedagang tersebut membuat kurang efektifnya tujuan peningkatan kesejahteraan bagi pedagang, dapat dilihat bahwa pedagang mengalami penurunan

<sup>100</sup> Achmad Djunaedi, *Proses Perencanaan Wilayah dan Kota*. (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2011), hlm. 12.

tingkat pendapatan oleh pedagang kuliner dan non-Kuliner. Pedagang mengakui hari-hari ramai atau tidaknya pengunjung mayoritas hanya hari libur dan hal sebaliknya dialami pada kondisi hari biasa dan kurangnya daya tarik Lenggang Jakarta bagi konsumen.

Keterlibatan pihak-pihak tertentu dalam perencanaan membuat program Lenggang Jakarta belum mengalami kemajuan signifikan bagi pedagang, dalam perencanaan seyogyanya juga melihat dari berbagai sisi yakni dari sisi pedagang dan konsumen. Penjabaran aspek dari sisi pedagang, terlihat dalam keterlibatan pedagang dalam perencanaan yang membahas peraturan, target penjualan, sistem pembayaran yang digunakan. Sedangkan sisi konsumen, melihat bagaimana penentuan harga yang bisa bersaing, fasilitas yang tersedia, teknik pemasaran yang sekiranya dapat mengakibatkan pembeli bertambah, dan pelayanan yang diterapkan di lapangan.

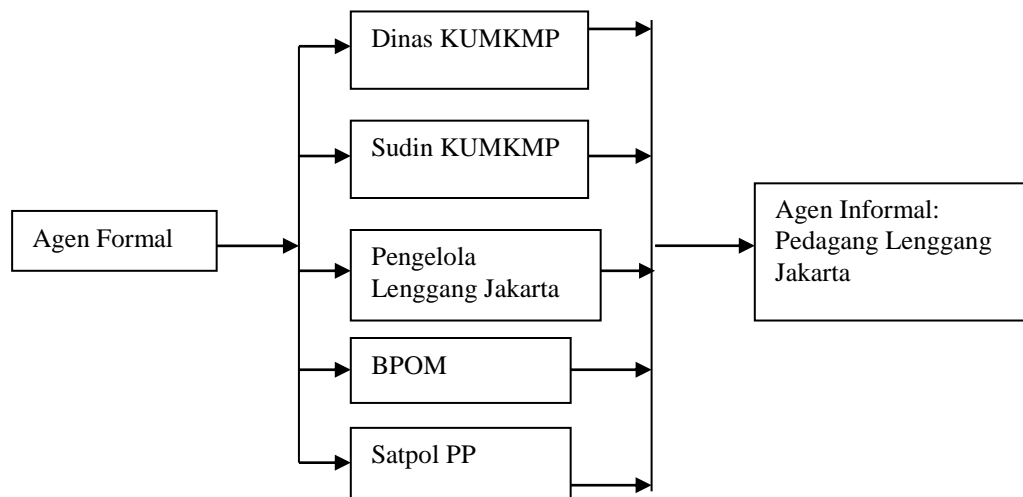
### **3.4 Relasi antara Agen Sosial di Lenggang Jakarta**

#### **3.4.1 Relasi Makro antara pedagang dengan Satpol PP**

Setiap terjadinya perubahan dalam arena terkait peraturan akan diikuti juga perubahan relasi didalamnya yang menimbulkan dampak tertentu. IRTI Monas yang belum diterapkan program penataan memiliki relasi Pedagang dengan Satpol PP berlangsung sama dikarenakan belum terjadinya pergeseran nilai dan norma dalam *field* yakni IRTI Monas. Perubahan struktur yang membentuk arena baru yakni Lenggang Jakarta, berakibat terbentuknya agen formal dan informal dalam arena Lenggang Jakarta. Agen formal terdiri dari: *Pertama*, Dinas KUMKMP dan Sudin KUMKMP, Pengelola Lenggang Jakarta (tiga agen ini sebagai pihak yang

menerapkan kebijakan, melakukan koordinasi dengan Satpol PP, BPOM, dan instansi lainnya untuk mendukung kegiatan dan pengawasan Arena Lenggang Jakarta, serta melakukan *monitoring* aktifitas Lenggang Jakarta); *Kedua*, Satpol PP (berperan sebagai pengawas lingkungan Lenggang Jakarta untuk mencegah aktifitas pedagang tidak resmi di Arena Lenggang Jakarta, dengan cara razia tanpa pemberitahuan terlebih dahulu); *Ketiga*, BPOM (pihak yang melakukan inspeksi dadakan dalam hal uji bahan-bahan makanan yang digunakan pedagang kuliner Lenggang Jakarta). Agen informal disini merupakan seluruh pedagang kuliner dan non-Kuliner yang berada di Arena Lenggang Jakarta. (Lihat skema III.5)

**Skema III.5**  
**Pihak Agen Formal dan Informal**

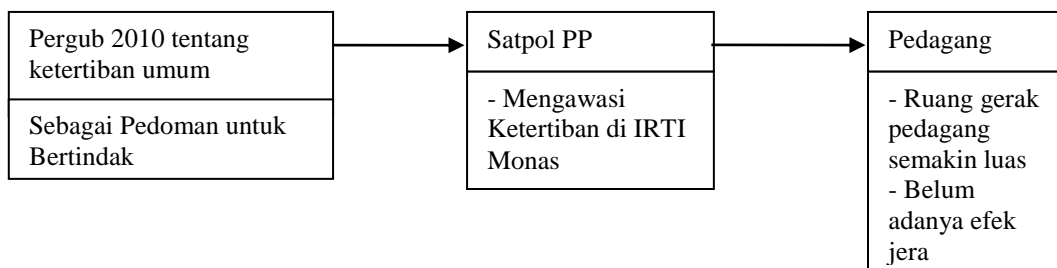


Sumber: Data Primer Dinas KUMKMP dan Pedagang (Maret, 2016)

Pergeseran norma dan nilai dilatarbelakangi oleh peraturan yang diberlakukan Pemerintah DKI Jakarta, pedagang yang dahulu masih bisa berusaha secara bebas dan hanya didasari oleh Peraturan mengenai ketertiban umum, membuat relasi

berlangsung sama pada setiap pedagang, belum adanya pergeseran nilai dan norma tersebut juga menjadi penyebab bertambahnya jumlah pedagang di IRTI Monas. Belum adanya implementasi peraturan pelarangan berdagang secara *real* mengakibatkan: *Pertama*, ruang gerak dan kekuasaan yang dimiliki satpol PP cukup terbatas, jika dideskripsikan tindakan Satpol PP dalam melakukan tindakan secara insentif untuk menertibkan pedagang harus dipayungi oleh peraturan yang terkait, sehingga ketertiban tempat kendali secara internal dapat terealisasikan; *Kedua*, hukuman yang dihindari juga mempengaruhi aktifitas agen formal dalam melakukan pengawasan. Gaya kepemimpinan yang langsung menindak tegas pelanggaran berdampak proses yang berlangsung dalam pengawasan cenderung lebih lancar. Interaksi pedagang dengan Satpol PP berlangsung secara satu arah saja dengan posisi Satpol PP hanya mengusir pedagang jika ada yang melanggar dan kurang tegasnya pencegahan bertambahnya pedagang. Jika digambarkan dalam skema dapat dilihat pada skema III.6

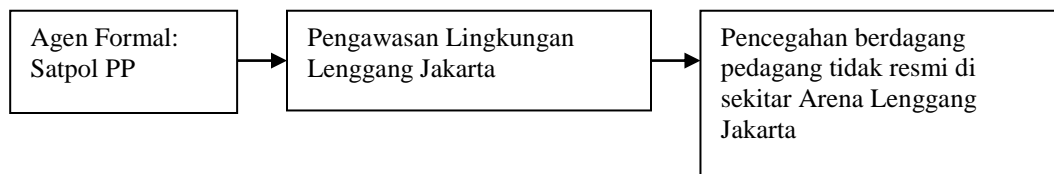
**Skema III.6**  
**Relasi Pedagang dengan Satpol PP pra-Implementasi Program Lenggang Jakarta**



Sumber: Data Primer Dinas KUMKMP, Sudin KUMKMP, dan Pedagang (Maret, 2016)

Relasi yang terjadi sesudah penataan terbagi menjadi dua bagian, yakni relasi antara Satpol PP dengan pedagang di lenggang Jakarta dan pedagang diluar Lenggang Jakarta (pedagang tidak resmi/pedagang di luar Lenggang Jakarta). Peraturan untuk menertibkan pedagang tidak resmi tersebut berdampak juga bagi tindakan preventif dan represif yang dilakukan Satpol PP, pihak Satpol PP memberikan informasi kepada pegang tidak resmi terkait adanya peraturan larangan berjualan di sekitar kawasan Lenggang Jakarta. Relasi yang terbagi menjadi dua bagian ini memberikan dampak bagi pedagang lenggang Jakarta sendiri dan pedagang tidak resmi. Adapun relasi tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut, yakni beberapa pihak pedagang di Lenggang Jakarta berharap bahwa pedagang tidak resmi tersebut dapat ditangani pihak Satpol PP dan memberikan perubahan dampak penjualan secara vertikal bagi pedagang Lenggang Jakarta. Selama ini, beberapa pedagang menganggap jika pedagang tidak resmi tersebut masih ada di sekitar kawasan lenggang Jakarta, konsumen akan lebih memilih berbelanja diluar Lenggang Jakarta, hal ini terkait dengan pilihan rasional dengan persepsi bahwa pedagang diluar Lenggang Jakarta memiliki harga lebih murah.

**Skema III.7**  
**Relasi Pedagang dengan Satpol PP Pasca Implementasi**  
**Program Lenggang Jakarta**



Sumber: Data Primer Dinas KUMKMP dan Sudin KUMKMP (Maret, 2016)



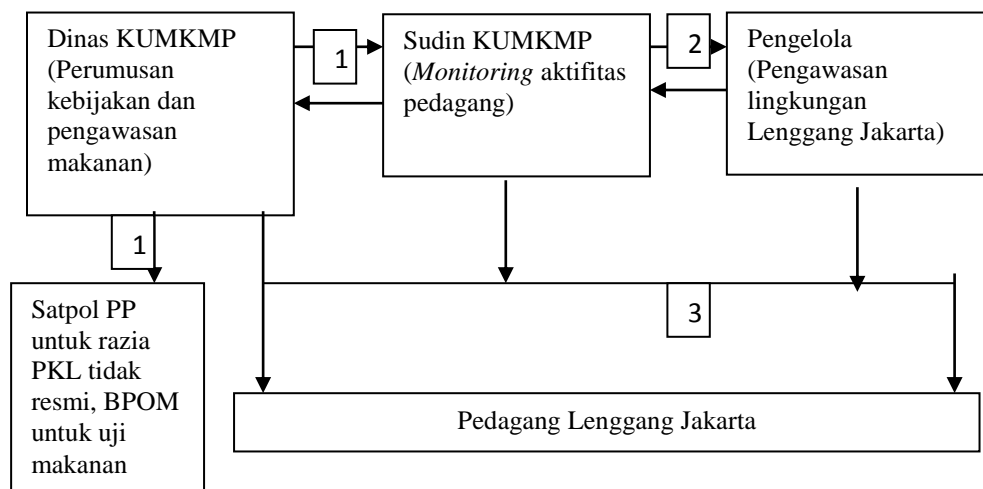
Pada skema III.7 terdapat relasi yang terjadi antara Satpol PP dengan pedagang tidak resmi di sekitar Lenggang Jakarta. Relasi sosial Satpol PP dengan pedagang tidak resmi tersebut dilandasi dengan peraturan yang sudah diterapkan, adapun peraturan tersebut memberikan kekuasaan secara legitimasi bagi pihak Satpol PP. Kekuasaan legitimasi berasal dari peraturan yang terbentuk sehingga melegalkan wewenang aktor yang terlibat untuk melakukan penataan, tindakan untuk menertibkan pedagang di sekitar kawasan Lenggang Jakarta seyogyanya memang dilaksanakan oleh Satpol PP, namun masih banyaknya pedagang tidak resmi di sekitar kawasan Lenggang Jakarta dapat ditarik kesimpulan bahwa belum efektifnya tindakan penertiban tersebut.

Berdasarkan temuan penulis di lapangan, pihak Satpol PP selalu mengadakan razia untuk menertibkan pedagang kaki lima tidak resmi tersebut, seyogyanya razia yang diadakan dilakukan secara mendadak dan tanpa pemberitahuan sebelumnya, namun beberapa oknum dari Satpol PP memberitahukan informasi razia tersebut dan hal itu berdampak tindakan razia tersebut kurang memberikan dampak bagi pedagang di Lenggang Jakarta, dampak positif yang dirasakan oleh pedagang Lenggang Jakarta ialah pedagang merasakan kenyamanan yang terhindar dari razia Satpol PP, tetapi disisi lain hal tersebut juga menguntungkan pihak pedagang tidak resmi. Adanya pemberitahuan terkait pelaksanaan tersebut menyebabkan pedagang dapat bersiap-siap untuk pindah dari lokasi serta meminimalisir terkenanya sanksi dari razia tersebut. Jika pedagang terkena razia tersebut, sanksi yang dikenakan disitanya barang-barang dagangan dan denda untuk menebus barang yang telah disita.

### 3.4.2 Relasi Makro antara Pedagang dengan Instansi Pemerintah

Penataan lokasi menimbulkan perubahan terhadap relasi pedagang dengan pemerintah. Instansi Pemerintah yang dimaksud ialah Dinas KUMKMP, Suku Dinas KUMKMP, Pengelola Lenggang Jakarta. Dinas selaku pihak yang merumuskan kebijakan, koordinasi, dan pengawasan pedagang. Suku Dinas selaku pihak yang *memonitoring* aktifitas pedagang. Dinas juga melakukan pembinaan terkait dengan pembayaran retribusi, peraturan yang diterapkan harus dipatuhi oleh pedagang seperti peraturan dalam menggunakan e-money untuk transaksi pembayaran. Pihak Dinas juga selaku pihak yang berkoordinasi terhadap mitra terkait lainnya, selain itu pihak Dinas, Suku Dinas, dan pengelola juga sebagai agen formal yang membentuk struktur di Lenggang Jakarta.

**Skema III.8**  
**Relasi Instansi Pemerintah-Pengelola dengan Pedagang Lenggang Jakarta**



Sumber: Data Primer Dinas KUMKMP, Sudin KUMKMP, dan Pedagang (April, 2016)

Pada skema III.8 dapat dijelaskan: *Pertama*, Pihak Dinas KUMKMP melakukan perumusan kebijakan dan pengawasan makanan di Arena Lenggang

Jakarta, dan berkoordinasi juga terhadap Sudin terkait perumusan dan pengawasan tersebut. Pihak Sudin yang bertugas memonitoring aktifitas pedagang Lenggang Jakarta dan jika menemui kecurigaan terhadap penggunaan bahan-bahan makanan, serta masih adanya PKL tidak resmi melaporkan hal tersebut kepada Dinas KUMKMP untuk mengundang BPOM. Setelah koordinasi Dinas dan Sudin KUMKMP dengan BPOM atau Satpol PP dilakukan, akan berlanjut pada tahap dua di skema.

*Kedua*, pengelola mendapatkan pemberitahuan jika ingin melakukan inspeksi dadakan dari instansi pada tahap pertama. Pengelola juga melakukan pengontrolan secara rutin di lingkungan Lenggang Jakarta. Pengontrolan tersebut mencakup penggunaan bahan makanan yang layak dijual. *Ketiga*, pedagang sebagai agen informal merupakan pihak yang mendapatkan pengawasan dan pihak yang mengikuti struktur yang dibentuk agen formal. Tentunya pembentukan relasi tersebut termasuk dalam relasi yang bertujuan membangun kerja sama dalam meningkatkan kerja sama antara agen formal dan agen informal untuk mendapatkan lebih banyak pemasukan. Terbentuknya relasi tersebut tidak bisa menjadi relasi yang membangun kerja sama, apabila aspek-aspek dari sisi pedagang dan konsumen tidak dilibatkan.

“Pengawasan dibawah pengelola ya kalau pengawasan pedagang di Lenggang dengan pihak kita, Dinas UKM, UMKM, serta Sudin UMKM Jakarta Pusat...”<sup>101</sup>

“Untuk pengawasan aktifitas yang ada disitu, ada di Sudin kayak monitoring. Kalau Dinas, mereka pengawasan dari segi makanan, kayak pernah kita undang BPOM... Dinas juga sebagai pihak pengambil kebijakan atau perumusan kebijakan...”<sup>102</sup>

“Kadang ada, kontrol doing, takutnya ada barang rusak tapi dijual”<sup>103</sup>

<sup>101</sup> Wawancara mendalam dengan “A”

<sup>102</sup> Wawancara mendalam dengan “J”

<sup>103</sup> Wawancara mendalam dengan “K”

### 3.4.3 Relasi Sosial Meso (Pedagang dengan Pengelola Lokasi Lenggang Jakarta)

Relasi Sosial Meso terjadi dalam relasi pedagang dengan pengelola (Lihat Skema III.9). Pihak pengelola dan juga pengawas lingkungan Lenggang Jakarta, baik dari kondisi bahan makanan yang diujikan, peraturan yang diterapkan, pengawasan kondisi Lenggang Jakarta, dan sebagai pihak yang mawadahi apabila terdapat keluhan dari pedagang. Pengawasan dalam bahan makanan dilakukan oleh pengelola dengan cara menyediakan bahan-bahan makanan mentah untuk dijual, setiap pedagang membeli kebutuhan bahan makanan yang dibutuhkan sehingga memudahkan pedagang untuk menyediakan bahan makanan dengan segera.

Pengawasan terhadap peraturan yang diterapkan dalam hal pemenuhan target penjualan dilakukan dengan cara rekap penjualan yang dilakukan oleh kasir, selain itu dalam penggunaan bahan makanan yang berkualitas, pihak pengelola berkeliling pada waktu-waktu tertentu untuk mengecek bahan makanan yang digunakan pedagang, kemudian adanya rapat yang diterapkan oleh pihak pengelola jika ada peraturan yang diterapkan ataupun evaluasi tindakan pedagang dalam berjualan, salah satunya penggunaan tenda ataupun jam operasional. Peran pengelola disini juga sebagai pihak yang membantu mempromosikan Lenggang Jakarta kepada khalayak ramai.

“Kalau pemasaran dibantu oleh pengelola. Pemasaraannya misalkan melalui eemm... mengundang apaa, emmm siapa tau ada event-event gitu yang mungkin pernah datang ke sana semacam *band indie* yang baru mau *launching*, kayak gitu jadi kan menarik pengunjung. Supaya pengunjung yang datang ke Lenggang sambil berbelanja. Hal itu juga pernah dilakukan pengelola”<sup>104</sup>

---

<sup>104</sup> Wawancara mendalam dengan “J”

Pedagang mengakui bahwa keluhan yang mereka rasakan, disampaikan kepada pengelola belum ditindaklanjuti sepenuhnya, salah satunya adalah penentuan target penjualan yang belum bisa terpenuhi, pedagang menyatakan bahwa banyaknya kamera pengawas (CCTV) bisa menjadi salah satu bukti bahwa lokasi ini ramai atau sepi pengunjung, kemudian sikap pengelola yang menurut pernyataan pedagang terkadang tidak menanyakan kondisi yang terjadi serta jam operasional juga dikeluhkan oleh pedagang Lenggang Jakarta. Berdasarkan data yang dijabarkan di atas, terjadi dampak negatif dari relasi yang terjadi, pedagang pun menyadari adanya peraturan yang mengikat sehingga mereka memiliki keterbatasan dalam bertindak secara individual.

“...Kadang-kadang pengelola ga ada kabar pertanyaan gimana kabar pedagang semuanya. Taunya bersih...”<sup>105</sup>

“Udah ngomong, Pak ini bagaimana pak jalan keluarnya, kalau monas sampe jam 12 malem, siapa tau kita ada tambahan sepiring-dua piring, kan begitu. Yaudah nanti pak gampang. Tapi kan sampe 7 bulan ini ga ada. Pengaruh monas ini kalau dari daerah mana-mana kan, tujuan ke monas, kalau suatu saat orang lapar pasti mampir.”<sup>106</sup>

Pelatihan yang diberikan oleh pengelola, juga menjadi dasar terbentuknya relasi ini. Relasi ini merupakan relasi disosiatif terkait adanya pertentangan terkait pelatihan dan tata tertib yang tidak bisa mengatasi problematika yang dialami pedagang. Pedagang yang memiliki keterbatasan pengetahuan terkait penggunaan bumbu-bumbu memasak, penggunaan dan pengelolaan bahan-bahan makanan yang bersih menjadi memiliki pengetahuan terkait hal tersebut, pelatihan tersebut dilaksanakan dalam kurun waktu dua bulan secara gratis oleh pihak swasta. Setiap

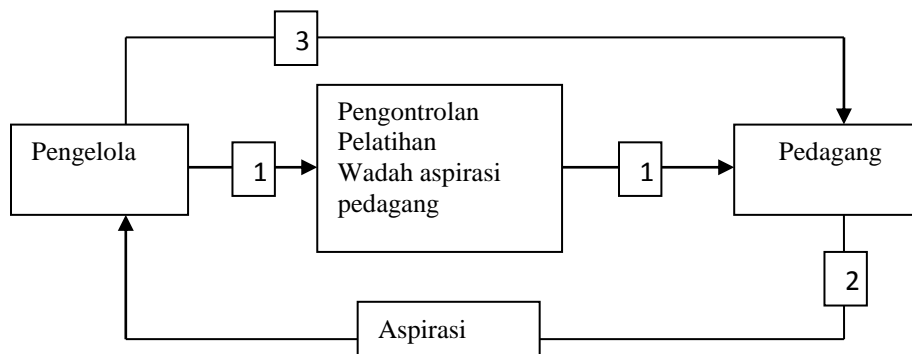
---

<sup>105</sup> Wawancara mendalam dengan “K”

<sup>106</sup> Wawancara mendalam dengan “K”

pedagang yang sudah menyelesaikan pelatihan tersebut akan diuji untuk mengetahui apakah hasil masakan sudah sesuai standar atau belum. Jika belum sesuai standar, pengujian akan terus diulang hingga mencapai standart. Pedagang juga dilatih dalam manajemen keuangan dan penggunaan mesin pembayaran. Pedagang memiliki dampak positif akibat pelatihan tersebut, berdasarkan data yang didapatkan, pedagang menyadari bahwa mereka masih memiliki keahlian yang kurang sehingga membutuhkan adanya pelatihan tersebut. (Lihat skema III.9)

**Skema III.9**  
**Relasi Pedagang dengan Pengelola Lenggang Jakarta**



Sumber: Data Primer Sudin KUMKMP dan Pedagang (April, 2016)

#### 3.4.4 Relasi Mikro antar Pedagang

Relasi sosial dalam aspek primordial ditemukan disini. Relasi yang ditemukan berdasarkan satu suku dan hubungan kekeluargaan. Berdasarkan temuan penulisan, pedagang disana memiliki keluarga yang turut serta berdagang, baik itu anak kandung, menantu, ataupun karena satu suku. Suku yang mayoritas mendiami lokasi Lenggang Jakarta adalah suku Madura.

”Ini bukannya sukuisme tapi di sana kan rata-rata Madura...”<sup>107</sup>

Berdasarkan aspek primordial tersebut, relasi yang dibangun cukup kuat dengan adanya kebersamaan kampung halaman dan hubungan darah dalam keluarga sehingga terbangunnya *norm* diantara pedagang untuk saling menghormati daerah berdagang masing-masing, dengan adanya *norm* yang terbentuk hanya dikalangan pedagang ini merupakan bentuk relasi yang terbentuk didasari oleh struktur yang mengalami perubahan. *Norm* tersebut tidak berlaku jika posisi tempat duduk berada di tengah-tengah blok yang berbeda. Berdasarkan temuan penulisan pedagang disetiap blok berbeda, tidak mau mengantarkan dagangan mereka jika konsumen memesan menu di blok yang berbeda dan lokasi tempat yang dipilih berada dekat dengan blok tertentu. Hal tersebut merupakan salah satu bentuk kerja sama antara pedagang untuk menyesuaikan tindakan mereka terhadap perubahan struktur dan sekaligus untuk memperoleh kenaikan pendapatan ekonomi setiap individu. Kenaikan pendapatan merupakan salah satu posisi yang dingiinkan agen, yakni pedagang Lenggang Jakarta.

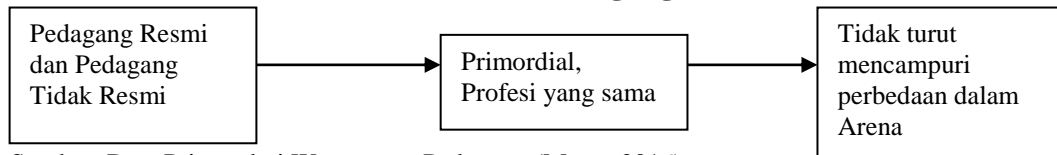
Pedagang Lenggang Jakarta memiliki rasa simpati terhadap pedagang kaki lima tidak resmi di luar, dari aspek relasi tersebut terbentuk relasi yang saling membutuhkan satu sama lain seperti adanya beberapa pedagang yang menitipkan barang dagangannya ke pedagang tidak resmi tersebut. Pedagang resmi tidak selalu mengusir pedagang tidak resmi yang berjualan di Lenggang Jakarta. Selain itu, faktor primordial juga berlaku seperti suku yang sama, lalu lokasi berdagang yang sama.

---

<sup>107</sup> Wawancara mendalam dengan “J”

Oleh karena itu, pedagang di Lenggang Jakarta menjaga hubungan tersebut dengan cara menjaga urusan masing-masing individu, mereka tidak ikut campur terhadap perbedaan yang terjadi tersebut. Selain itu, beberapa pedagang juga berpendapat bahwa masih adanya pedagang diluar Lenggang Jakarta berpengaruh terhadap sepiunya pengunjung di kawasan kuliner Lenggang Jakarta. (Lihat skema III.10)

**Skema III.10**  
**Relasi antar Pedagang**



Sumber: Data Primer dari Wawancara Pedagang (Maret, 2016)

#### 3.4.5 Relasi Mikro antara Pedagang dengan Konsumen

Pergeseran tatanan pemerintahan mengakibatkan terjadinya perubahan aturan dalam penataan pedagang kaki lima, khususnya di Monas. Relasi yang terjadi memiliki perbedaan yang menurut temuan penulisan berdampak pada aspek ekonomi pedagang. Penjabaran relasi sebagai berikut *pertama* dari sudut pandang sebelum adanya penataan (Lihat Skema III.11). Relasi yang terbentuk dengan konsumen terjadi secara signifikan dari hasil interaksi dalam transaksi ekonomi pedagang, dan banyaknya pedagang yang memiliki langganan terlihat bahwa relasi tersebut berlangsung tetap dan berulang. Pedagang mengakui bahwa mereka memiliki banyak langganan dan sebaliknya modal untuk penjualan sebelum adanya implementasi penataan ini.

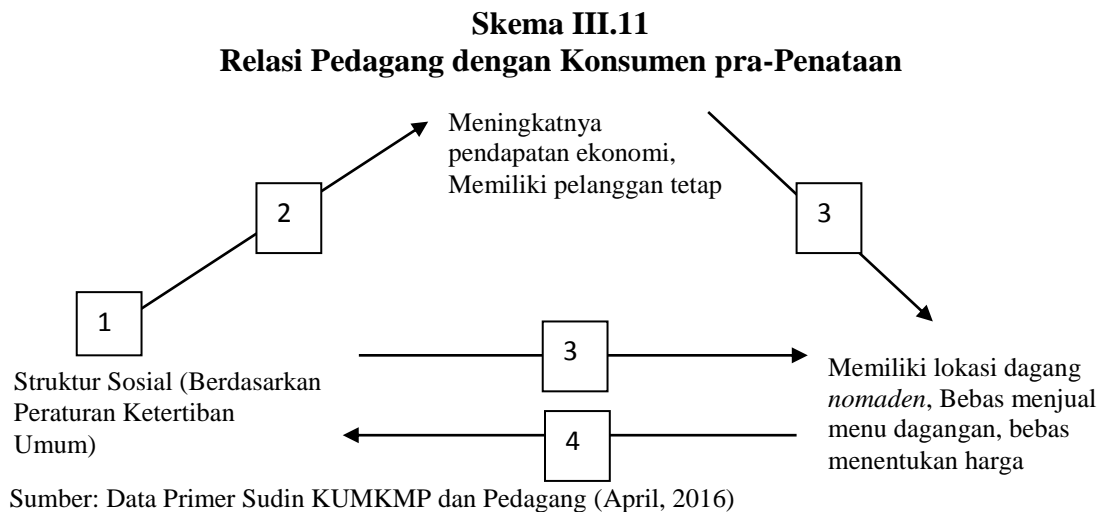
Relasi yang terbentuk di kalangan konsumen didasari oleh rasa makanan yang dimiliki, harga yang diberikan, intensitas pembelian, pelayanan, dan lokasi



berdagang. Lokasi berdagang yang berpindah-pindah, diterapkan pedagang sebelum terkena program penataan. Pendapatan yang diperoleh cukup banyak sebelum implementasi program, berbeda dengan sesudah diterapkannya program, menurut pedagang pendapatan yang didapat sehari laku satu sampai tiga pring, total Rp100.000,00. Pedagang juga menyatakan uang keuntungan tersebut habis untuk ongkos dan makan sehari-hari.

“Enakan dagang disana, disana laku banyak. Disini sehari kadang laku satu, tiga. Lakunya dapet seratus ribu paling.”<sup>108</sup>

“Kalau dulu, ya Alhamdulillah enak banget sekali-sekali seneng, orang bilangnye dikejar tramtib ga dapet duit tapi kita ini dulu tetep dapet duit, kita ini ngaku kesalahan. Kalau kita ngikutin aturan semua, perut kita ini mau dikemanain. Ini Jakarta, apa-apa bayar, buat sekolah, buat makan.”<sup>109</sup>



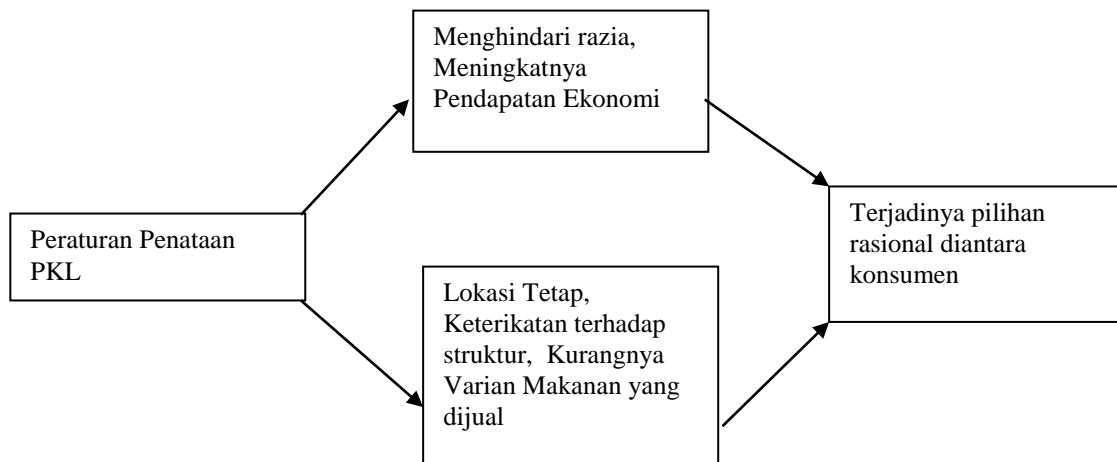
*Kedua*, relasi yang terbentuk pada pasca implementasi program dilatarbelakangi oleh kondisi sosial pedagang di lapangan. Berbagai kondisi tersebut mempengaruhi relasi mereka dengan konsumen sehingga berdampak pada tingkat penjualan mereka. Konsumen yang berkunjungpun hanya pada hari-hari tertentu saja

<sup>108</sup> Wawancara mendalam dengan “K”

<sup>109</sup> Wawancara mendalam dengan “K”

seperti sabtu dan minggu. Beberapa konsumen juga menyatakan bahwa tidak adanya hal khusus yang membuat mereka ingin kembali ke Lenggang Jakarta, sedangkan konsumen yang lain ada yang ingin kembali lagi ke Lenggang Jakarta dikarenakan kondisinya di arena terbuka. Kondisi sosial yang demikian didasari oleh pengelolaan Lenggang Jakarta yang cenderung memiliki pemsaran yang kurang dan alternatif pembayaran yang dapat dilakukan konsumen. Beberapa pedagang yang dulu memiliki pelanggan tetap, sekarang sudah tidak memiliki pelanggan tetap lagi. Jika digambarkan dalam skema, dapat dilihat pada skema III.11.

**Skema III.12**  
**Relasi Pedagang dengan Konsumen Pasca Penataan**



Sumber: Data Primer dari Pedagang dan Konsumen (April, 2016)

Perubahan struktur mengakibatkan terjadinya perubahan relasi pada skema (Lihat skema III.11 dan III.12). dalam penjelasan skema III.11 dan skema III.12 struktur sosial membeda-bedakan paksaan atas aktor menurut kemampuan mereka melakukan tindakan. Pedagang selaku aktor menyadari bahwa mereka berada dalam struktur sosial tersebut yang diwujudkan dalam peraturan-peraturan Lenggang

Jakarta. Oleh karena itu relasi tersebut menimbulkan dampak terhadap meningkat atau menurunnya pendapatan ekonomi pedagang. Pedagang selaku agen menginginkan meningkatnya pendapatan ekonomi sesudah mengalami penataan dan kenyamanan dalam berdagang seperti menghindari razia dari Satpol PP. Pedagang yang menyadari bahwa mereka berada dalam struktur sosial yang mengakibatkan adanya batasan tindakan untuk diterapkan serta mempengaruhi adanya penurunan pendapatan yang dialami oleh pedagang Kuliner dan non-Kuliner.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan terhadap salah satu pedagang asesoris di Lenggang Jakarta, pedagang mengalami penurunan pendapatan setelah penataan. Beliau berdagang di dalam monas yang ramai pengunjung yakni di sekitar parkir IRTI. Adanya struktur yang berbeda berdampak terjadinya pilihan rasional diantara konsumen. Beberapa konsumen menyatakan porsi yang disajikan sama saja dengan pedagang diluar dan hanya harga yang membedakan, kemudian kurangnya varian menu yang tersedia, dan ada konsumen yang mengutarakan rasa makanan yang tergolong biasa dibandingkan makanan diluar, namun ada beberapa konsumen yang mengutarakan rasanya cukup enak.

“Kalau makanan di sini lumayan, lumayan enak. Tapi kurang banyak aja menu variannya. Soalnya hampir sama disetiap kios ya, mungkin bisa diperbanyak aja variannya”<sup>110</sup>

“Harga makanannya mahal, asesorisnya murah...”<sup>111</sup>

“Harga makanan di sini, jelas beda ya sama yang di luar. Porsinya sama tapi lebih murah di luar sih”<sup>112</sup>

---

<sup>110</sup> Wawancara dengan Lisa, salah satu konsumen Lenggang Jakarta, pada tanggal 6 Februari 2016, pukul 11.25 WIB

<sup>111</sup> Wawancara dengan Priska, salah satu konsumen Lenggang Jakarta, pada tanggal 9 April 2016, pukul 11.10 WIB

“Saya dulu sebelum dagang disini, lumayan rame neng di sekitar IRTI,beda setelah dipindah kesini, dagangan juga belum tentu sehari ada yang laku. Ini juga dagangan bukan punya saya. Mungkin karena disini belum banyak yang tau, semoga aja ada perubahan neng.”<sup>113</sup>

Menurut penuturan dari salah satu pedagang diatas, terlihat bahwa tidak semua pedagang mengalami mobilitas vertikal pasca penerapan program. Pembeli yang belum begitu ramai dan hanya pedagang tertentu yang ramai pembeli, seperti pedagang kerak telur. Tidak hanya pedagang asesoris saja yang sepi pembeli. Hal tersebut juga dialami oleh beberapa pedagang makanan yang menuturkan keluhan kesah beliau pasca penataan. Sistem harga yang ditentukan berdasarkan pembagian harga yang sudah disepakati sedari awal pembentukan Lenggang Jakarta. Di mana dari harga yang sudah ditentukan dipotong 15% untuk biaya pengelolaan Lenggang Jakarta serta adanya biaya retribusi sesuai jenis kios pedagang. Kurang ramainya pengunjung pada hari-hari tertentu dipengaruhi oleh perubahan struktur yang tercipta dan posisi pedagang yang mencoba menyesuaikan diri terhadap struktur yang ada.

Segmentasi konsumen yang menjadi sasaran program Lenggang Jakarta ialah semua pengunjung Monas dan tidak ada kalangan tertentu, namun pada realitanya konsumen tidak melihat kepraktisan dalam sistem pembayaran, dimana menurut penuturan pedagang, konsumen dari daerah lain, belum memahami *e-money* dan tidak jadi bertransaksi di Lenggang Jakarta setelah mengetahui pembayaran tersebut.

---

<sup>112</sup> Wawancara dengan Lisa, salah satu konsumen Lenggang Jakarta, pada tanggal 6 Februari 2016, pukul 11.10 WIB

<sup>113</sup> Wawancara dengan AZ, salah satu pedagang asesoris di Lenggang Jakarta, pada tanggal 22 Juli 2015, pukul 16.45 WIB

Berikutnya konsumen bertransaksi di Lenggang Jakarta hanya karena sedang memiliki kegiatan di sekitar Monas.

“Pengunjung yang masuk monas. Ga ada kalangan tertentu. Semua yang mau berkunjung ke Monas, silahkan”<sup>114</sup>

“disini belum begitu rame mbak, mungkin karna pembeli belum paham kalau bayarnya make *e-money* di sini make cash juga bisa, cuman saya mesti ke pusat pengawasan disini buat ngelaporin.”<sup>115</sup>

”disini ramainya sabtu-minngu aja. Belum kena libur ini, makanya yang dari daerah bisa kesini. Kalo hari biasa kayak gini, sepi mbak. Saya dari tadi nyender-nyender disana dan disana”<sup>116</sup>

“Saya denger sih dari penjualan harian, emm bukan penjualan harian tapi penjualan per menu masing-masing pedagang itu dikenakan 15 % untuk biaya pengelolaan. Biaya pengelolaan itu termasuk kebersihan, kemandirian, dan penggunaan air”<sup>117</sup>

“Tadi mbaknya kan pake *e-money*. Seandainya, harganya 20 ribu atau 25 ribu kalo pake *e-money* dipotong langsung 30% untuk pengelolanya. misalnya nanti ke kita 15 ribu, ke pengelolanya 10 ribu.”<sup>118</sup>

“disana yang dapet musim kerja namanya. Jadinya 1.3 buat sendiri, 1.3 buat belanja, 1.3 buat sosro. Dibanderol sosro itu dek.”<sup>119</sup>

“kan orang awam itu ga semuanya kenal *e-money* ya. Lebih baik sih pakainya tunai, biar ga ribet juga. Kalau *e-money* kan harus nyari dulu kan *e-money*nya walaupun emang udah disediakan tapi kalau kita sendiri beli aja, kayaknya lebih enak tunai deh. Kalau menurut aku ya. Walaupun emang punya *e-money* juga gitu, kan orang-orang kalangan awam belum semuanya tau.”<sup>120</sup>

Pada tabel III.1 terdapat perbandingan harga antara harga di Lenggang Jakarta dan di luar. Harga yang berlaku memberikan dampak dalam segi ekonomi pedagang kaki lima sehingga beberapa pedagang yang harganya sama dengan pedagang kaki lima di luar, lebih ramai dibanding pedagang yang menu makanannya terpaut jauh dengan yang diluar.

---

<sup>114</sup> Wawancara mendalam dengan “J”

<sup>115</sup> Wawancara dengan salah satu pedagang makanan di Lenggang Jakarta, pada tanggal 22 Juli 2015. Pukul 16.00 WIB

<sup>116</sup> Wawancara dengan pedagang minuman Lenggang Jakarta, pada tanggal 7 Januari 2015, pukul 10.30 WIB

<sup>117</sup> Wawancara mendalam dengan “A”

<sup>118</sup> Wawancara dengan pedagang minuman di Lenggang Jakarta, pada tanggal 7 Januari 2015, pukul 10.30 WIB

<sup>119</sup> Wawancara dengan pedagang di luar Lenggang Jakarta, pada tanggal 7 Januari 2015, pukul 09.30 WIB

<sup>120</sup> Wawancara Konsumen Lisa, pada tanggal 6 Februari 2016, pukul 11.25 WIB

**Tabel III.1**  
**Perbandingan Harga Makanan dan Minuman**

No.	Menu Makanan dan Minuman	Harga di Lenggang Jakarta	Harga Pedagang Kaki Lima Lainnya
1.	Nasi Uduk Putih Komplit	20.000	6.000
2.	Mie Ayam	20.000	12.000
3.	Sate Ayam	30.000	12.000
4.	Sate Kambing	30.000	35.000
5.	Sate Sapi	30.000	15.000
6.	Nasi Goreng Kampung	20.000	12.000
7.	Nasi Rendang	25.000	18.000
8.	Pecel Lele	25.000	11.000
9.	Pecel Ayam	25.000	12.000
10.	Ayam Penyet	20.000	13.000
11.	Ayam Bakar	25.000	15.000
12.	Ayam Betutu	22.000	25.000
13.	Soto Ayam	20.000	12.000
14.	Soto Betawi	25.000	20.000
15.	Soto Mie	20.000	15.000
16.	Soto Kikil	25.000	20.000
17.	Bakso Urat	20.000	12.000
18.	Bakso Daging	20.000	25.000
19.	Bakso Malang	20.000	12.000
20.	Ketupat Sayur	20.000	10.000
21.	Mie Goreng	20.000	12.000
22.	Kwetiau Medan	23.000	25.000
23.	Somay	25.000	10.000
24.	Kerak Telor Ayam	20.000	20.000
25.	Kerak Telor Bebek	25.000	25.000
26.	Es Campur	15.000	10.000
27.	Es Kelapa	10.000	5.000
28.	Es Batok Kelapa	20.000	12.000
29.	Jus Buah	10.000	7.000
30.	Prim-a	5.000	3.000

Sumber: Data Primer Lenggang Jakarta (Mei, 2016)

Berdasarkan tabel III.1 diatas, perbandingan beberapa harga per menu di Lenggang Jakarta dengan harga pedagang di luar Lenggang Jakarta memiliki perbedaan Rp2.000,00 – Rp14.000,00 namun tidak semua menu memiliki perbedaan harga dengan yang sudah dijabarkan. Pada menu sate dan kerak telur memiliki harga yang sama dengan pedagang di luar Lenggang Jakarta. Menurut beberapa konsumen

harga yang berlaku di Lenggang Jakarta lebih mahal dan porsi yang disajikan tidak berbeda dengan pedagang kaki lima di luar Lenggang Jakarta. Oleh karena itu terjadi pilihan rasional pada konsumen Lenggang Jakarta terkait porsi dan harga yang ditawarkan.

Pihak Suku Dinas KUMKMP mengakui bahwa permasalahan harga sering terdengar diantara konsumen, hal tersebut dianggap wajar oleh mereka dengan penentuan harga demikian karena kualitas makanan sudah meningkat, sudah lebih higienis, bersih, ada sertifikasi Halal, dan sudah diawasi oleh BPOM secara berkala. Penentuan harga di atas juga memiliki complain diantara konsumen sehingga dalam mensiasati hal tersebut, pedagang ada yang menurunkan harganya, namun pedagang yang menurunkan harga tersebut juga tidak kunjung ramai pembeli.

Adanya keluhan konsumen tersebut juga diakui pihak Suku Dinas KUMKMP yang menganggap bahwa harga yang dikenakan wajar dikarenakan dari segi penggunaan bahan makanan yang sudah diuji oleh BPOM, penyajian makanan yang berbeda dengan Pedagang Kaki Lima diluar, kebersihan yang terjamin dan memiliki sertifikasi Halal. Permasalahan harga juga diakui oleh konsumen dan hal tersebut juga diakui oleh Suku Dinas KUMKMP Jakarta Pusat bahwa harga yang ditetapkan seringkali menjadi momok persoalan konsumen (Lihat Tabel III.1 Perbandingan Harga Makanan dan Minuman).

“Ada, bilanganya harganya kemahalan. Lalu, kita melakukan klarifikasi kepada pengelola kenapa dalam menentukan harga itu kok dinilai mahal oleh konsumen, gitu kan, kita hanya menyambung lidah aja.”<sup>121</sup>

---

<sup>121</sup> Wawancara mendalam dengan “J”

“Karena kita makan disitu pun, saya pikir layak lah diberikan harga segitu karena dilihat dari kualitas makanannya pun sudah lebih higienis, lebih bersih, sudah terjamin dan ada sertifikasi Halalnya. Kemudian, sudah diawasi secara berkala oleh BPOM. Saya pikir sih wajar dengan harga segitu.”<sup>122</sup>

“Harga makananya mahal, asesorisnya murah...”<sup>123</sup>

“Harga makanan di sini, jelas beda ya sama yang di luar. Porsinya sama tapi lebih murah di luar sih.”<sup>124</sup>

“Emm, sofa tidak ada, yang paling sering dikeluhkan itu tentang harga”<sup>125</sup>

### 3.5 Struktur Peraturan di Lenggang Jakarta

#### 3.5.1 Peraturan Penempatan Pedagang

Setiap pedagang yang sudah melalui tahapan verifikasi dan pelatihan pedagang bisa langsung menempati kios yang sudah ada melalui sistem undi. Pada saat proses penempatan pedagang berlangsung, pedagang yang diundang mengambil nomor undian yang sudah disediakan. Beberapa pedagang ada yang menginginkan posisi paling depan, mereka beranggapan, posisi paling strategis berada di depan. Sistem undi tersebut dibagi berdasarkan beberapa blok, yakni 4 blok untuk Kuliner. Berikut adalah pembagian blok serta menu yang diujakan (Lihat Tabel III.2).

Pedagang yang terdata saat ini berjumlah 304, hal tersebut disebabkan beberapa pedagang yang sudah masuk verifikasi tidak melapor kepada Sudin KUMKMP pada waktu yang ditentukan, hal tersebut disebabkan keterbatasan tempat dan banyaknya pedagang yang tidak menyerahkan berkas-berkas yang diundi. Pedagang yang belum memiliki tempat di Lenggang Jakarta masuk dalam daftar tunggu dan pedagang tersebut dapat masuk di Lenggang Jakarta, apabila pedagang *existing*

<sup>122</sup> Wawancara mendalam dengan “J”

<sup>123</sup> Wawancara dengan Priska, salah satu konsumen Lenggang Jakarta, pada tanggal 9 April 2016, pukul 11.10 WIB

<sup>124</sup> Wawancara dengan Lisa, salah satu konsumen Lenggang Jakarta, pada tanggal 6 Februari 2016, pukul 11.25 WIB

<sup>125</sup> Wawancara mendalam dengan “J”



dikeluarkan/mengundurkan diri dengan alasan tertentu. Pedagang yang dikeluarkan merupakan sanksi akhir yang diterapkan jika adanya pelanggaran peraturan.

“...Namun, jumlah pedagang yang ada di dalam saat ini belum sebanyak 339...”<sup>126</sup>

“...Yang ada sekarang ini malah waktu kami memasukkan pedagang itu banyak yang tidak lapor pada kami”<sup>127</sup>

**Tabel III.2**  
**Pembagian Blok Kuliner di Lenggang Jakarta**

No.	Nama Blok	Makanan yang diujakan
1.	A (Lenong)	<b>Kari Ayam Medan, Selat Solo, Itik Lado Mudo, Lontong Kikil, Gado-gado, Ketoprak, Lontong Cap Gomeh, Bubur Sukabumi, Bakso Malang, Rujak Cingur, Bubur Ayam JKT, Soto Mie Bogor</b>
2.	B (Tanjidor)	<b>Nasi Liwet Solo, Mie Ayam JKT, Bubur Ayam JKT, Pecel Madiun, Soto Lamongan, Pempek Palembang, Ayam Taliwang, Gado-Gado dan Ketoprak, Mie Aceh, Pecel Ayam dan Lele, Ayam Kalasan, Soto Mie, Tongseng dan Tengkleng, Nasi Uduk Betawi, Sate Madura, Batagor dan Siomay, Rawon, Mie Kocok</b>
3.	C (Cokek)	<b>Soto Mie, Mie Kocok, Pecel Ayam dan Lele, Soto Betawi, Nasi Goreng, Gudeg Jogja, Pindang Ikan, Selat Solo, Ketupat Sayur Magelang, Rawon, Pecel Madiun, Soto Mie Bogor, Pecel Ayam dan Lele, Timbel Komplit, Sate Padang, Ketupat Sayur, Mie Ayam JKT</b>
4.	D (Japin)	<b>Bakso Malang, Ayam Betutu, Tongseng dan Tengkleng, Pempek Palembang, Rames Betawi, Kari Ayam Medan, Brongkos Daging, Soto Ayam Kudus, Batagor dan Siomay, Gulai Kambing,dll</b>

Sumber: Data Primer Lenggang Jakarta (April, 2016)

Tempat khusus Kuliner terbagi atas beberapa blok seperti pada tabel III.2. Konsumen yang ingin mencicipi makanan tertentu dapat melihat pada plang yang dipajang diatas koridor. Setiap blok dibedakan melalui warna yang ada di plang penunjuk, bentuk plang tersebut persegi panjang dan disalah satu sisinya terdapat bentuk anak panah sebagai penunjuk lokasi. Selain itu, warna plang berbeda di setiap

<sup>126</sup> Wawancara mendalam dengan “J”

<sup>127</sup> Wawancara mendalam dengan “J”

blok, Blok A merah; Blok B; Blok C; Blok D. Warna tempat kiosnya setiap pedagang di blok tertentu juga mengikuti plang penunjuk yang sudah dijabarkan. Warna kios yang sama juga berfungsi untuk menjadi pembeda kios di setiap blok yang ada. Skenario penempatan pedagang melalui sistem undi tetap berjalan. Keinginan pedagang yang ingin posisi paling depan, ditanggulangi oleh pihak pengelola dengan cara bergantian posisi setiap enam bulan sekali hanya untuk pedagang non-Kuliner. Sedangkan, pedagang Kuliner tidak ada penerapan *rolling* untuk berpindah tempat. Terdapat tiga pembedaan penempatan, pada posisi paling depan pedagang kuliner ditempatkan, posisi kiri ditempatkan mainan anak-anak, sedangkan pedagang non-Kuliner terdapat di posisi belakang. Jika digambarkan secara sederhana dapat dilihat pada Gambar III.1.

“Yang makanan tetap. Yang baju-baju 6 bulan sekali dikocok, dapet 6 bulan dikocok lagi. Dikocok ngambil nomer dari pihak pengelola di pendopo”<sup>128</sup>

Lalu, setelah berbekal pelatihan yang sudah diberikan, setiap pedagang pada awalnya diberikan satu menu untuk diujikan. Pada tabel III.2 terdapat varian menu yang dijual di setiap blok yang ada. Terdapat beberapa menu yang sama pada setiap blok. Namun, tidak semua pedagang, menjual menu yang sama disaat belum terkena penataan, misalkan pedagang yang awalnya hanya menjual mie ayam, sesudah dipindah ke Lenggang Jakarta, beliau menjual ketoprak. Pembagian menu makanan tersebut didasari oleh *trend* atau yang dibutuhkan di Lenggang Jakarta dengan ditentukan juga oleh pengelola. Salah satu pedagang menuturkan bahwa beliau yang

---

<sup>128</sup> Wawancara mendalam dengan “K”

tadinya jualan pecel ayam dan lele, mendapatkan menu nasi goreng kambing. Menu yang dijual tersebut diberikan satu menu untuk setiap pedagang beserta harga yang juga sudah ditentukan.

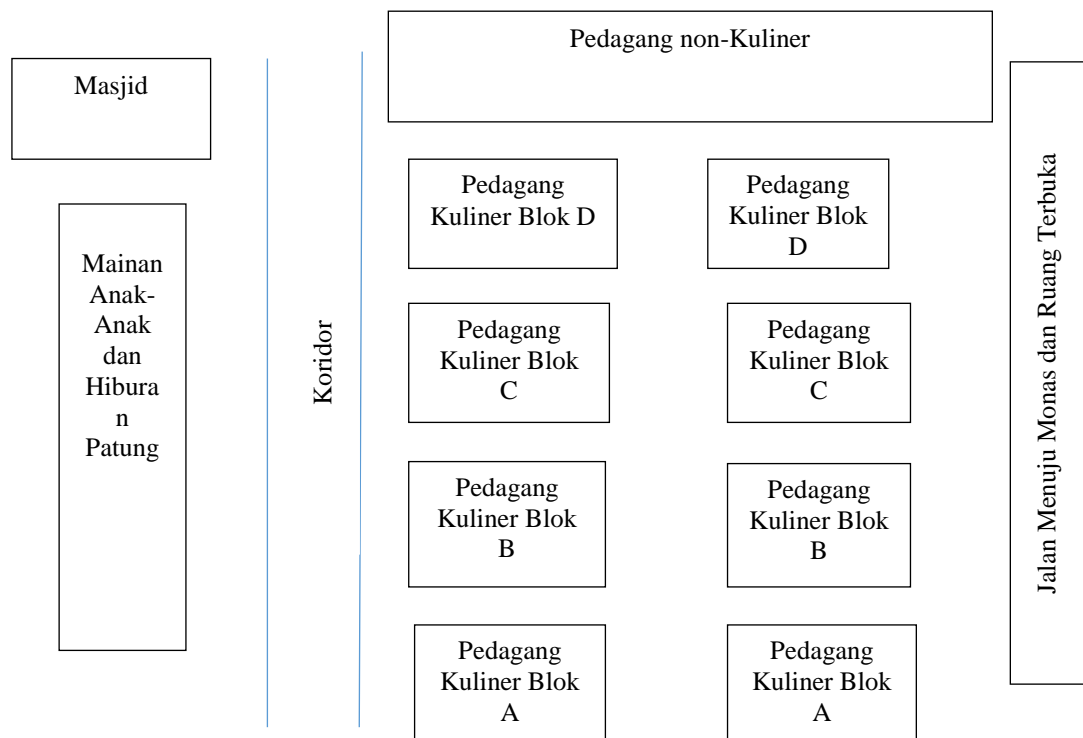
“dulu saya dagang pecel lele, pecel ayam, mie ayam. Sekarang dikasih nasi goreng kambing, ayam juga ada”<sup>129</sup>

“Dulu dikasih satu-satu dek anak-anak...”<sup>130</sup>

“Benar (menu makanannya ditentukan)...”<sup>131</sup>

“Dari pengelolanya yang menentukan. Menunya sama tapi bloknya berbeda. Coba diperhatikan deh. Jadi, Soto Bogor yang di Blok A, Blok B, Blok C kadang ada. Jadi tidak disatu blok mereka. Kasian kan pengunjung kalau mereka pengen makan Soto Bogor tapi duduknya di Blok C, ga taunya sotonya jual di Blok A. Jauh kan jalannya atau manggil pelayan kan jauh. Jadi disetiap blok ada disediakan”<sup>132</sup>

**Gambar III.1**  
**Pemetaan Sederhana Posisi Kios Pedagang Lenggang Jakarta**



Sumber: Dokumentasi Pribadi (Februari, 2016)

<sup>129</sup> Wawancara mendalam dengan “T”

<sup>130</sup> Wawancara mendalam dengan “K”

<sup>131</sup> Wawancara mendalam dengan “J”

<sup>132</sup> Wawancara mendalam dengan “J”

**Gambar III.2**  
**Tempat Berjualan Pedagang non-Kuliner (Kiri) dan Tempat Berjualan Pedagang Kuliner (Kanan)**



Sumber: Dokumentasi Pribadi (Mei, 2016)

Berdasarkan perspektif konsumen, penempatan pedagang kuliner dan pedagang non-Kuliner kurang tertata dengan rapi dan menimbulkan persepsi kesenjangan antara kedua belah pihak. Konsumen menyatakan bahwa pengaturan penempatan yang terlihat rapi dimiliki oleh pedagang kuliner, sedangkan pedagang non-Kuliner ditata seadanya. Salah satu konsumen berpendapat, pandangan elit vs rakyat jelata terlihat dalam penataan ini, kategori penataan elit dimiliki oleh pedagang kuliner, sedangkan penataan sebaliknya terlihat pada pedagang non-Kuliner. Pada Gambar III.2 dapat dilihat penataan pedagang yang berbeda tersebut. Pada Gambar III.2 penataan pedagang non-Kuliner tersebut menimbulkan persepsi murah terlihat dikarenakan penataannya yang terlihat seperti pasar tradisional. Pada Gambar III.2 penataan pedagang Kuliner sekilas terlihat mahal dan tidak dipungkiri masuk dalam kategori penataan yang bagus, konsumen menyarankan penataan tempat tersebut lebih disamakan antara pedagang Kuliner dan non-Kuliner.

“Menurut saya, elit vs rakyat jelata. Yang makanan untuk elit-elit gitu dan yang asesoris ibarat rakyat jelata. Saya ngeliat ke sini sekilas kok kayaknya mahal banget, sedangkan kalau lihat yang kios itu sama kayak yang di pasar kayaknya murah nih. Disini udah bagus, harusnya lebih disamakan aja, disini bagus, harusnya yang di kios juga sama.”<sup>133</sup>

### 3.5.2 Peraturan Berdagang di Lenggang Jakarta

Peraturan yang diterapkan di Lenggang Jakarta melalui rundingan Dinas KUMKMP dengan pengelola Lenggang Jakarta, dimana peraturan tersebut meliputi retribusi perhari yang ditujukan untuk penempatan, sarana-prasarana yang sudah disediakan oleh pemerintah dan pembayaran PBB (Pajak Bumi dan Bangunan). Peraturan yang sudah tersusun antara pengelola dan Dinas, disosialisasikan dengan para pedagang. Jumlah pedagang yang mendapatkan sosialisasi mengenai peraturan tersebut berjumlah 15-20 pedagang dari total keseluruhan pedagang kuliner dan non-Kuliner. Sarana dan prasarana yang sudah disediakan meliputi air bersih, peralatan masak, kios berdagang, dan listrik. Kios yang ditempati pedagang menjadi hak milik selama pedagang masih terdaftar menjadi pedagang resmi Lenggang Jakarta.

Biaya retribusi dibedakan berdasarkan jenis kios yakni kios semi terbuka untuk kuliner sebesar Rp4.000,00 dan kios terbuka untuk non-Kuliner sebesar Rp3.000,00 Peraturan yang diterapkan juga melalui sosialisasi kepada pedagang, sosialisasi yang dilakukan terkait cara pembayaran retribusi yang dilakukan. Besaran jumlah retribusi yang dikenakan tidak dipermasalahkan oleh pedagang, namun untuk kios terbuka tidak hanya dikenakan retribusi tetapi terdapat biaya sewa yang harus dikeluarkan.

---

<sup>133</sup> Wawancara dengan Priska, salah satu konsumen Lenggang Jakarta, pada tanggal 9 April 2016, pukul 11.10 WIB

“Membayarkan retribusi untuk penempatan, sarana dan prasarana umum milik pemerintah, itu untuk kios terbuka 3000, kios setengah terbuka 4000, kios tertutup 5000. Nah itu terbayarkan secara auto debet di Bank DKI. Tujuan pembayaran retribusi itu seperti yang *tadi sudah* disebutkan untuk penggunaan fasilitas dan untuk memastikan pendapatan kita yang digunakan untuk PBB di tahun berikutnya, ada target dan realisasi tiap tahunnya.”<sup>134</sup>

“Kalau yang kuliner di Lenggang Jakarta itu setengah terbuka, bayar 4000 dia. Yang pakai gerobak itu termasuk terbuka.”<sup>135</sup>

“Iyalah. Kita rapatkan juga. Jadi, memang yang kita konsepkan awalnya adalah dari Dinas dengan pengelola. Kita bikin peraturan kayak gini, gini, gini. Oke sudah kita bahas baru kita oper, kita bawa lah kepada para pedagang. Pedagang kayak gini, gini, gini, gimana ada yang keberatan? Kita lemparlah ke forum kan tapi hanya kepada perwakilan yang mewakili suara pedagang ini. Ga mungkin sebanyak 300 orang itu tapi hanya kepada beberapa perwakilan saja.”<sup>136</sup>

“Ada sekitar.. Emm. Ada sekitar 15 atau 20.”<sup>137</sup>

“Ada dari pedagang kuliner dan non-Kuliner yang kita hitung pokoknya cukup mewakili dari suara mereka.”<sup>138</sup>

Pembayaran retribusi pedagang dilakukan secara auto debet oleh Bank DKI.

Selain retribusi, pihak agen formal menerapkan pemotongan sebesar 15% yang dipotong langsung dari menu penjualan untuk setiap pedagang kuliner, dimana sistem pembagian pemotongan tersebut yakni 15% ditetapkan Dinas digunakan untuk kebersihan, keamanan, dan penggunaan air. Namun, saat ini pedagang dikenakan biaya pemotongan 30% setiap menu dikarenakan adanya hutang biaya retribusi para pedagang yang tertunggak. Pedagang pun mengiyakan biaya tambahan yang diterapkan, beberapa pedagang memiliki perspektif yang berbeda terkait penerapan pemotongan per menu ini. Pedagang Kuliner beranggapan pemotongan biaya tambahan tersebut lebih murah untuk pedagang non-Kuliner.

“...Penjualan per menu masing-masing pedagang dikenakan 15% untuk biaya pengelolaan. Biaya pengelolaan itu termasuk kebersihan, keamanan, dan penggunaan air”<sup>139</sup>

<sup>134</sup> Wawancara mendalam dengan “A”

<sup>135</sup> Wawancara mendalam dengan “A”

<sup>136</sup> Wawancara mendalam dengan “J”.

<sup>137</sup> Wawancara mendalam dengan “J”

<sup>138</sup> Wawancara mendalam dengan “J”

Tidak mbak, untuk biaya pemotongan yang dibebankan ke pedagang, hanya sebesar 15% dan yang harus mereka sisihkan juga adalah pembayaran retribusi. Mungkin pada saat itu ada kebijakan untuk membayarkan hutang retribusi pedagang yang tertunggak. Jadi, tambahan biaya 15% untuk membayarkan hutang retribusi pedagang”<sup>140</sup>  
 “Langsung dipotong 30% dari tiap harga makanan. Kalau yang souvenir, baju-baju, itu bulanan itu. Enak itu, termasuk murah itu”<sup>141</sup>

Pemotongan harga tersebut berlaku bagi setiap jenis menu makanan yang dijual oleh pedagang. Berdasarkan keterangan dari Sudin KUMKMP, penentuan harga makanan dilihat dari kualitas bahan makanan yang sudah disediakan oleh pihak pengelola. Bahan makanan yang disediakan pengelola memiliki tujuan agar bahan makanan yang digunakan dapat terjamin dan sesuai dengan standardisasi yang diterapkan BPOM yakni tidak menggunakan bahan-bahan berbahaya. Menurut pedagang, keharusan mereka untuk membeli bahan makanan pada pengelola cukup memberatkan merke dari segi harga yang ditawarkan. Perbandingan harga pengelola dengan pasar lebih murah harga pasar.

Pemotongan harga yang ditetapkan didasari standar penggunaan bahan makanan yang diteapkan dari pengelola, baik itu dari segi kualitas bahan makanan maupun kuantitas bahan makanan dalam setiap porsi. Penyajian penggunaan bahan makanan diajarkan pada pelatihan memasak yang diselenggarakan pihak swasta, setiap pedagang memiliki keterampilan penyajian dan penggunaan bahan-bahan masakan agar terjaga kualitasnya dan cita rasa yang meningkat. Oleh karena itu, cara penyajian masakan setiap pedagang memiliki kesamaan berdasarakan pelatihan yang telah mereka peroleh.

---

<sup>139</sup> Wawancara mendalam dengan “A”.

<sup>140</sup> Wawancara mendalam dengan “A”.

<sup>141</sup> Wawancara mendalam dengan “K”.

“Karena memang sudah ditentukan dari pengelola, jadi kan dilihat dari segi kualitasnya, dari apa namanya, dari jumlah misalnya potongan dagingnya yang didalamnya. Nah, itu juga sudah dihitung, ada standarnya sudah. Jadi, walaupun tadi harganya misalnya 35ribu jadi 30ribu gitu tapi dihitung dari kualitas dagingnya juga karena kan penyedia stoknya dari pengelola.”<sup>142</sup>

“Belanja dikantor dek.. lebih murah pasar la...”<sup>143</sup>

Adanya target-target yang ditetapkan untuk berjualan membuat pedagang merasa keberatan. Target pertama yang ditetapkan untuk penjualan sebesar Rp200.000,00 per hari. Target kedua Rp5.000.000,00 per bulan. Hal tersebut disebabkan hanya hari sabtu dan minggu serta hari libur lainnya, lokasi Lenggang Jakarta ramai dengan pengunjung. Hal tersebut dituturkan juga oleh pedagang kuliner dan non-Kuliner. Terdapat beberapa strategi yang diterapkan untuk menarik perhatian konsumen dari segi pedagang seperti adanya penyediaan *e-money*, sedangkan dari pengelola mengadakan beberapa acara, seperti pertunjukkan band indie.

“ Hanya sabtu-minggu aja sayang yang rame, kalau hari biasa saya suka leyehe-leyeh disana dan disana”<sup>144</sup>

“Ada. Nanti akan kita terapkan dalam waktu 1 bulan, kalau tidak salah di tahun 2015 ini akan ditetapkan sebulan 5 juta. Bagaimana kita bisa melihatnya, kita lihat dari pemasukkan yang melalui pembayaran *e-money*. Nah, kita bisa lihat nih jualnya berapa banyak makanan terus diterimanya berapa banyak rupiah, itu nanti keliatan. Nanti kalau dibawah dari itu, akan dikenakan sanksi surat peringatan karena apa? kemungkinan mereka tidak melakukan proses pembayaran dengan *e-money* tapi dengan cash karena kan sementara arahan Gubernur sistem pembayaran itu dengan *e-money / cashless*”<sup>145</sup>

Selain peraturan retribusi, terdapat peraturan tata tertib lain mengenai kewajiban pedagang yang harus ditaati selama berjualan di Lenggang Jakarta yakni 1) Kawasan lenggang Jakarta bukan kawasan kaki lima; 2) Menjaga kebersihan adalah kewajiban semua pihak, tidak hanya petugas kebersihan; 3) Tidak diperkenankan

<sup>142</sup> Wawancara mendalam dengan “J”

<sup>143</sup> Wawancara mendalam dengan “T”

<sup>144</sup> Wawancara dengan pedagang non-Kuliner di Lenggang Jakarta pada tanggal 7 Januari 2015. Pukul 13.40 WIB

<sup>145</sup> Wawancara mendalam dengan “J”



menggunakan pajangan yang kumuh dan kotor (kursi plastik, triplek bekas); 4) Tidak dibenarkan menggelar dagangan di bawah (tanah/*paving block*); 5) Tidak dibenarkan menggantung barang dagangan di konstruksi bangunan dengan menggunakan tali rafia atau tali apapun; 6) Tidak dibenarkan tidur atau tidur-tiduran di sekitar gerobak atau kios; 7) Tidak dibenarkan menggelar dagangan di area yang tidak diperbolehkan oleh pengelola (misalnya area yang berdekatan dengan panel listrik, dagangan di letakkan di jalur jalan menuju Musholla, dll); 8) Dilarang menggunakan sarung, singlet, celana pendek, sandal jepit saat berjualan di Lenggang Jakarta. Peraturan yang diterapkan sebisa mungkin diikuti oleh setiap pedagang yang ada

### **3.5.3 Peraturan Target Penjualan dan Sistem Pembayaran**

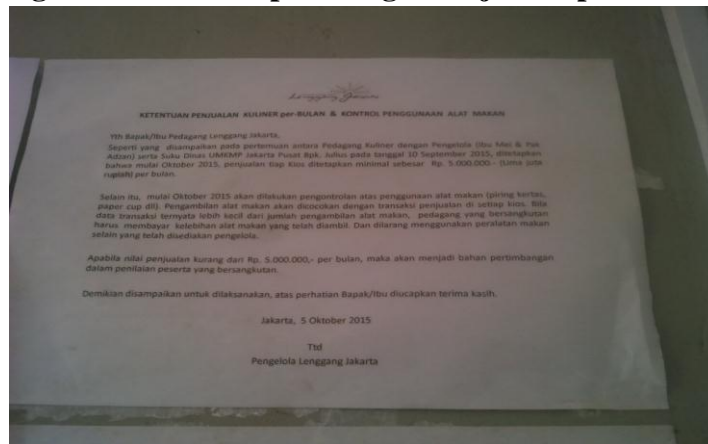
Pengelola Lenggang Jakarta menetapkan target penjualan bagi pedagang kuliner sekitar Rp5.000.000,00 per bulan. Adapun proses penyusunan penerapan tersebut diwakili oleh beberapa pedagang, pengelola, dan Kasi UMKMP Suku Dinas Jakarta Pusat. Kondisi tempat yang hanya ramai pada hari Sabtu dan Minggu membuat pedagang tidak menyanggupi target yang sudah ditetapkan tersebut. Pada Gambar III.3 merupakan pengumuman terkait target penjualan. Pada realitanya, tidak semua pedagang mengaku sanggup memenuhi target penjualan yang sudah ditetapkan dikarenakan pendapatan mereka yang tidak tetap dan fluktuatif setiap harinya. Strategi yang diterapkan masing-masing pedagang berbeda-beda dalam memenuhi target penjualan tersebut. Salah satu contoh yang dilakukan dengan menyediakan *e-money* jika konsumen mengalami kesulitan dalam pembayaran, pihak konsumen

cukup menyerahkan uang tunai ke pedagang dan pedagang tersebut akan melakukan transaksi di mesin EDC yang sudah diberikan ke setiap pedagang.

“Itu cuman tempelan aja. Tapi semua pedagang kan ga suka, ga mau, soalnya apa Disini kan banyak kamera harusnya diliat sepi apa engga, itu harus diurusin dulu. Terakhir kali rapat, dibilang target sehari 200ribu, ya kalau ada orang ga mau makan, dari mana 200ribu. Kalau pendapatan saya udah cukup sih oke-oke aja segitu...”<sup>146</sup>

“ramenya paling, sabtu minggu dek, hari senin sampe jumat saya leye2 di sana dan di sana”<sup>147</sup>

### Gambar III.3 Pengumuman Penetapan Target Penjualan per Bulan



Sumber : Dokumentasi Pribadi (April, 2016)

Pihak suku dinas Jakarta Pusat meyakini bahwa pedagang yang target penjualannya tidak tercapai disebabkan karena para pedagang tersebut masih menggunakan uang cash untuk pembayaran. Berbagai peraturan sudah diterapkan oleh pengelola untuk menggalakkan sistem pembayaran *cashless* seperti adanya spanduk yang berisi informasi secara persuasif untuk menggunakan sistem pembayaran *cashless* dan adanya tempelan stiker di setiap kios yang menerangkan, makanan yang dibeli gratis jika masih menggunakan cash (lihat Gambar III.4).

<sup>146</sup> Wawancara mendalam dengan “K”

<sup>147</sup> Wawancara dengan pedagang minuman di Lenggang Jakarta. Pada tanggal 7 Januari 2015. Pukul 10.30 WIB

“Nanti kalau dibawah dari itu, akan dikenakan sanksi surat peringatan karena apa? kemungkinan mereka tidak melakukan proses pembayaran dengan *e-money* tapi dengan cash karena kan sementara arahan Gubernur sistem pembayaran itu dengan *e-money/cashless*.”<sup>148</sup>

**Gambar III.4**  
**Pembayaran Gratis Jika Tidak *Cashless***



Sumber : facebook official Lenggang Jakarta (April, 2016)

Berdasarkan temuan penulis di lapangan, beberapa memang masih menggunakan uang cash untuk bertransaksi dengan berbagai alasan yang dikemukakan. Salah satu alasan pedagang yang masih menggunakan uang cash bahwa mesin EDC yang digunakan untuk pembayaran terbakar. Selain itu, cara lain yang ditempuh pedagang ialah menyediakan kartu *e-money* apabila pembeli merasa kesulitan dengan sistem pembayaran *cashless* di Lenggang Jakarta. Namun, sistem pembayaran *cashless* ini dikeluhkan oleh beberapa konsumen, mereka menyarankan pembayaran dengan cara tunai untuk bertransaksi di Lenggang Jakarta, beragam alasan pun dikemukakan seperti tidak perlu ribet karena tidak semua orang tahu mengenai *e-money*, sedangkan tujuan agen formal menerapkan *e-money* adalah mengikuti perkembangan teknologi dan juga untuk menjamin keamanan dalam bertransaksi.

<sup>148</sup> Wawancara mendalam dengan “J”.

“Tadi kan dibilang ada *e-money* ya, kan ga semua pake *e-money* ya. Kalau bisa tunai aja semuanya... kan orang awam itu ga semuanya kenal *e-money* ya. Lebih baik sih pakainya tunai, biar ga ribet juga. Kalau *e-money* kan harus nyari dulu kan *e-moneynya* walaupun emang udah disediakan tapi kalau kita sendiri beli aja, kayaknya lebih enak tunai deh. Kalau menurut aku ya. Walaupun emang punya *e-money* juga gitu, kan orang-orang kalangan awam belum semuanya tau.”<sup>149</sup>

“Teknologi sih. Kita mau menggunakan teknologi yang ada supaya memberikan pembelajaran juga kepada pedagang dan juga masyarakat. Sebetulnya dengan menggunakan kartu kita lebih *safe* daripada kita pakai duit gitu kan, duit nanti kalau kebanyakan dompetnya tebal. Kalau kartu kan cuman segitu aja terus bisa langsung diteng. Kita kasih pembelajaran aja tentang teknologi yang ada.”<sup>150</sup>

### 3.5.4 Pengawasan PKL (Pengawasan Makanan dan Lingkungan Lenggang

#### Jakarta)

Keterlibatan BPOM terkait pengawasan dibidang kuliner dilakukan dalam bidang pengontrolan makanan, dan menjamin kualitas penggunaan bahan makanan yang tidak berbahaya. Pengawasan yang dilakukan oleh BPOM sedang dalam proses kerja sama untuk melakukan pengawasan pengujian makanan selama dua bulan sekali. Untuk sementara ini, pihak BPOM hanya dipanggil jika pihak Suku Dinas mencurigai makanan yang dijual. Pihak Suku Dinas yang sedang melakukan *monitoring* di Lenggang Jakarta, mencurigai penggunaan bahan makanan dari sikap pedagang dan rasa dari kuliner yang disajikan. Selain itu, pihak Suku Dinas melakukan evaluasi terkait berjalan atau tidaknya peraturan yang diadakan di Lenggang Jakarta. Pemetaan agen yang terlibat (Lihat skema III.13).

Keterlibatan BPOM sebagai pihak yang menguji penggunaan bahan makanan di Lenggang Jakarta sebagai proposisi stimulus untuk mendorong tingkat kepercayaan konsumen dalam membeli produk kuliner yang diujikan. Beredarnya

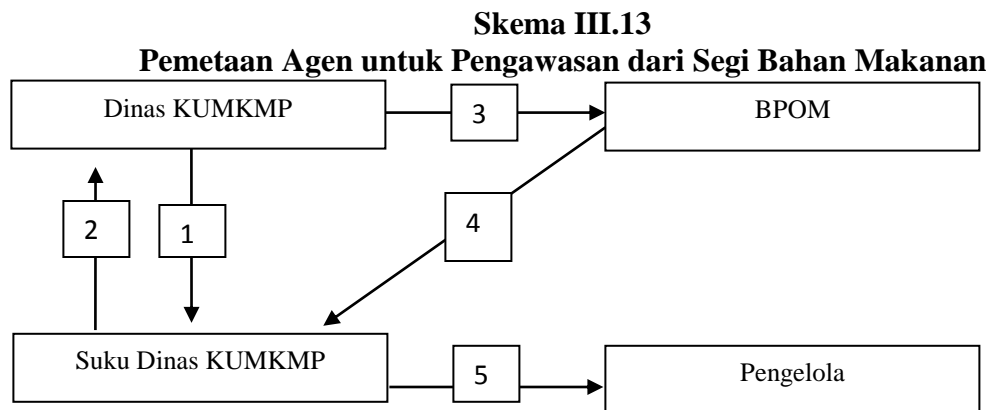
<sup>149</sup> Wawancara dengan Lisa, salah satu konsumen Lenggang Jakarta, pada 6 Februari 2016, pukul 11.25 WIB.

<sup>150</sup> Wawancara dengan “J”

penggunaan bahan makanan yang tidak higienis berdampak terhadap citra negatif PKL di mata masyarakat. Beragam alasan yang ditempuh pedagang dengan berbagai tindakan positif atau tindakan negatif terkait penggunaan bahan makanan adalah salah satu cara untuk meminimalisir kerugian yang akan dialami, hal tersebut sesuai dengan prinsip ekonomi yang mengeluarkan modal sekecil-kecilnya untuk memperoleh keuntungan yang besar. Mayoritas pedagang yang sudah mendapatkan di Lenggang Jakarta mengikuti struktur yang sudah diterapkan dalam pelarangan penggunaan bahan makanan yang tidak berkualitas dan bahan-bahan makanan yang mengandung zat berbahaya.

“Pengawasan itu dibawah pengelola ya kalau pengawasan pedagang di Lenggang dengan pihak kita, Dinas UKM, UMKM, serta Sudin UMKM Jakarta Pusat...”<sup>151</sup>

“Ini nanti kita akan lakukan kerja sama dengan BPOM, paling tidak dilakukan, minimal 2 bulan sekali untuk, emmm, melakukan pengawasan pengujian makanan itu. Kalau dulu, kita melakukan pengujiannya sesuai kebutuhan kita. Kalau pengen melakukan pengujian makanan, ya kita uji, Kalau saat keliatannya tidak ada yang perlu dicurigai, kita tidak mengundang mereka. Nah, pada saat kita makan di situ saat melakukan pengawasan, kok kayaknya ada yang mencurigakan dari makananya, kita uji, kita undang BPOM.”<sup>152</sup>



Sumber: Data Primer Dinas KUMKMP dan Sudin KUMKMP (April, 2016)

<sup>151</sup> Wawancara mendalam dengan “A”

<sup>152</sup> Wawancara mendalam dengan “J”

Pada skema III.13 di atas, dapat dijelaskan bahwa dalam melakukan pengawasan dari segi penggunaan bahan *makanan* terdapat beberapa proses tahapan yang akan dideskripsikan sebagai berikut *pertama*, Dinas KUMKMP melakukan koordinasi dengan Suku Dinas KUMKMP untuk melakukan monitoring di Lenggang Jakarta. *Kedua*, hasil koordinasi tersebut dilaporkan kepada Dinas KUMKMP, jika dalam monitoring tersebut ditemukan sesuatu yang mencurigakan akan masuk tahap *ketiga*, dimana Dinas KUMKMP akan melakukan koordinasi dengan BPOM dan Sudin KUMKMP untuk melakukan pengujian terhadap semua kios kuliner di Lenggang Jakarta terkait dengan bahan-bahan makan yang mereka gunakan. Sudin dan BPOM yang akan melakukan pengujian makanan akan memberitahukan terlebih dahulu kepada pengelola pada h-1 atau pada hari yang sama. Namun, saat akan melakukan pengujian makanan, mereka tidak akan memberitahukan kepada pedagang terlebih dahulu. Pengujian makanan ini masih dilakukan sebulan sekali, pedagang pun mendapat larangan untuk tidak menggunakan tawas, formalin, pengawet, boraks, dan bahan berbahaya lainnya.

“Ini nanti kita akan lakukan kerja sama dengan BPOM, paling tidak dilakukan, minimal 2 bulan sekali untuk, emmm, melakukan pengawasan pengujian makanan itu. Kalau dulu, kita melakukan pengujiannya sesuai kebutuhan kita. Kalau pengen melakukan pengujian makanan, ya kita uji, Kalau saat keliatannya tidak ada yang perlu dicurigai, kita tidak mengundang mereka. Nah, pada saat kita makan di situ saat melakukan pengawasan, kok kayaknya ada yang mencurigakan dari makananya, kita uji, kita undang BPOM.”<sup>153</sup>

“Pengawasan itu ada di kita, di Sudin Koperasi. Untuk di Dinas sebagai pengambil kebijakan atau perumusan kebijakan, itu ada di Dinas Koperasi. Untuk pengawasan aktifitas yang ada disitu, ada di Sudin kayak monitoring. Kalau Dinas, mereka pengawasan dari segi makanan...”<sup>154</sup>

---

<sup>153</sup> Wawancara mendalam dengan “J”

<sup>154</sup> Wawancara mendalam dengan “J”

“..Kalau ada yang ga laku, dibuang aja kalau sama saya, kan katanya ga boleh lagi. Kalau di sini kan ga boleh, di sini kan di tes tiap bulan...Sebulan sekali. Ada yang pake tawas, formalin, pengawet itu ga boleh. Dikontrol juga itu. Pake boraks itu, tau semua itu ketahuan semua itu...”<sup>155</sup>

Peran BPOM ialah pengujian terhadap bahan makan yang digunakan dan zat-zat yang terkandung didalamnya sesuai dengan standar kesehatan yang diterapkan BPOM atau tidak. Pengontrolan tersebut dilakukan tanpa memberitahukan terlebih dahulu ke pedagang di Lenggang Jakarta. BPOM sendiri berada dibawah koordinasi bidang Pengawasan Dalam (selanjutnya disingkat Wasdal). Ada tahapan sanksi yang diterapkan bagi pedagang jika terbukti menggunakan bahan dan zat berbahaya. Pertama, bahan makanan yang mengandung zat berbahaya tersebut disita dan pedagang tersebut diberikan surat peringatan teguran ringan dan diawasi secara berkala oleh Sudin serta pengelola. Jika pedagang yang bersangkutan masih belum mengganti bahan makanan tersebut, sanksi berat akan diterapkan yakni dikeluarkannya pedagang tersebut dari Lenggang Jakarta.

“Iya khusus PKL berarti terkait semua ya. Terkait dengan pengawasan dan monitoring sesuai dengan Pergub 10 Tahun 2015 itu ada di UMKM. Tapi kalau terkait dengan penggunaan bahan makanan, zat-zat yang tidak berbahaya itu kan pemeriksaan dari Badan POM. Badan POM itu di bawah koordinasi bidang Wasdal”<sup>156</sup>

“Kita tidak ada pemberitahuan ke pedagang, Dinas memberitahukan kepada Sudin untuk melakukan itu. Kemudian, pada hari mau pelaksanaan, kita datang baru memberitahukan kepada pengelola untuk menyiapkan tempat, dimana menjadi markas untuk pengujian makanan. Hanya itu. Tapi kalau hari sebelumnya kita ngasih tau, besok akan melakukan pengujian, ga melakukan hal itu.”<sup>157</sup>

“Ada sanksi. Yang pasti, yang pertama kalau ditemukan langsung, makanan tersebut langsung kita amankan dan tidak boleh digunakan lagi dan diawasi berikutnya apakah masih menggunakan kerupuk itu. Jika masih menggunakan kerupuk itu, kita sita lagi. Pokoknya jangan sampai menggunakan bahan yang sama dan sudah dinilai berbahaya, dan juga diberikan surat peringatan, surat teguran ringan kepada para pedagang...”<sup>158</sup>

<sup>155</sup> Wawancara mendalam dengan “K”

<sup>156</sup> Wawancara mendalam dengan “J”.

<sup>157</sup> Wawancara mendalam dengan “J”

<sup>158</sup> Wawancara mendalam dengan “J”

### 3.5.5 Pengawasan oleh Satpol PP

Sudah diterapkannya larangan berdagang disekitar lokasi monas membuat para pedagang yang tidak mendapatkan tempat di Lenggang Jakarta merasa khawatir. Mereka pun bermain “kucing-kucingan” untuk berdagang di lokasi tersebut. Satpol PP selain membantu dalam pelaksanaan proses pembongkaran, juga memiliki peran untuk mengawasi Lenggang Jakarta agar PKL tidak resmi, tidak bisa berdagang di dalam Monas, tentu jika masih adanya PKL tidak resmi yang berdagang di luar lokasi akan berdampak juga bagi pedagang di Lenggang Jakarta. Selain pengawasan, Satpol PP bertindak melakukan razia PKL tidak resmi di luar Lenggang Jakarta.

Konteks PKL tidak resmi disini adalah pedagang yang tidak masuk dan tidak terdata di Lenggang Jakarta. Peraturan yang melarang berdagang sudah diterapkan. Namun pada realitanya, masih banyak pedagang kaki lima liar yang masih berjualan di sekitar Lenggang Jakarta. Penjagaan di dalam monas juga diperketat yakni beberapa petugas terlihat disetiap pintu masuk monas, pedagang pun harus menyamar sebagai pengunjung biasa dengan tidak membawa barang dagangannya. Berikut keterangan salah satu pedagang minuman didalam monas.

“..Terkait dengan pengawasan di luar Lenggang Jakarta seperti PKL liar atau parker-parkir liar itu koordinasi dengan KPK Monas, Satpol PP, Dishub, Kepolisian, TNI dan Sudin tentunya lalu Walikota, Camat, Lurah.”<sup>159</sup>  
 “tiap kali masuk, kita ga bawa apa-apa dek, ga boleh masuk kalo bawa barang dagangan. Itu barang-barang ngambil disana (disebelah lokasi Lenggang Jakarta)”<sup>160</sup>

---

<sup>159</sup> Wawancara mendalam dengan “J”

<sup>160</sup> Wawancara dengan Pedagang minuman di Luar Lenggang Jakarta. Pada Tanggal 7 Januari 2016. Pukul 09.30 WIB



Pihak Suku Dinas pun mengakui peraturan pelarangan berjualan sudah disosialisasikan dengan pedagang. Pedagang diluar Lenggang Jakarta sudah mengetahui adanya larangan tersebut, namun tuntutan ekonomi dan sulitnya mencari lokasi untuk berjualan yang menyebabkan mereka bertahan untuk berjualan dan main “kucing-kucingan” dengan pihak Satpol PP. Satpol PP yang tetap beroperasi setiap harinya belum dapat mencegah pedagang kembali berjualan.

“Ga boleh ini, ga tau kenapa, ini dagang sementara aja di sini. Diperiksa dipintu kalau mau masuk ke Monas.. Semenjak Gubernurnya Pak Ahok udah ga boleh dagang lagi. Sepi didalam, ga ada apa-apa”<sup>161</sup>  
 “... Kalau di Tata Tertibnya sudah jelas, tidak boleh berdagang di luar Lenggang...”<sup>162</sup>

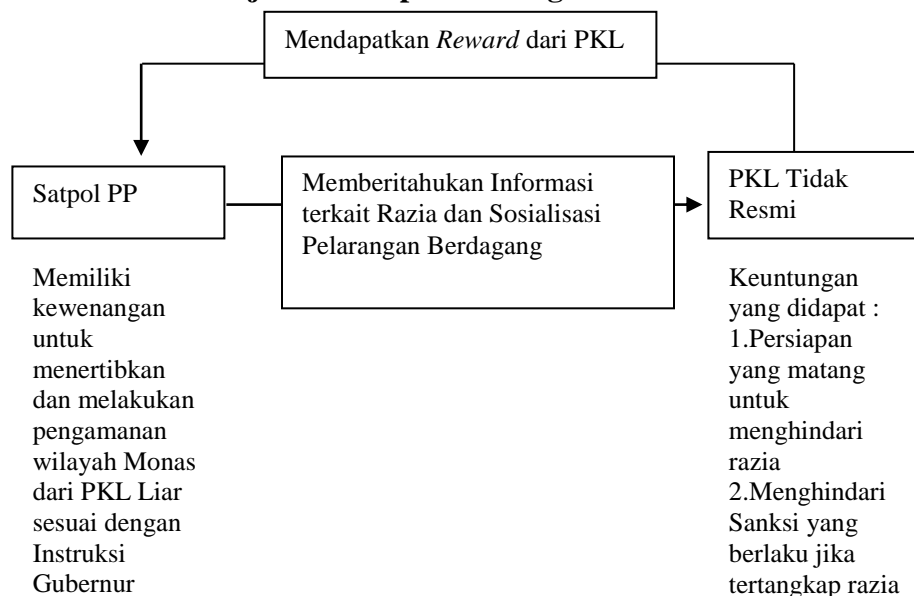
Pelaksanaan razia yang dilakukan Satpol PP wajib menggunakan seragam untuk menunjukkan identitasnya dan pada umumnya razia yang akan dilaksanakan sudah diketahui terlebih dahulu oleh para pedagang yang menjadi objek sasaran. Kewenangan yang diberikan kepada pihak Satpol PP didasari berdasarkan peraturan sehingga kekuasaan yang dimiliki pihak satpol PP termasuk dalam kategori kekuasaan Legitimasi. Berikut adalah keterangan dari informan yang menyatakan sikap Satpol PP jika ada pelaksanaan razia PKL Liar dan adanya reward yang diterima satpol PP dengan informasi ke pedagang. Informasi yang diberikan Satpol PP ini menguntungkan pedagang dikarenakan pedagang dapat bersiap-siap terlebih dahulu dan menghindari adanya penyitaan barang-barang jika tertangkap saat razia berlangsung.

---

<sup>161</sup> Wawancara dengan Pedagang minuman di luar Lenggang Jakarta. Pada tanggal 7 Januari 2016. Pukul 09.30 WIB

<sup>162</sup> Wawancara mendalam dengan “A”

**Skema III.14**  
**Relasi Kerjasama Satpol PP dengan PKL Tidak Resmi**



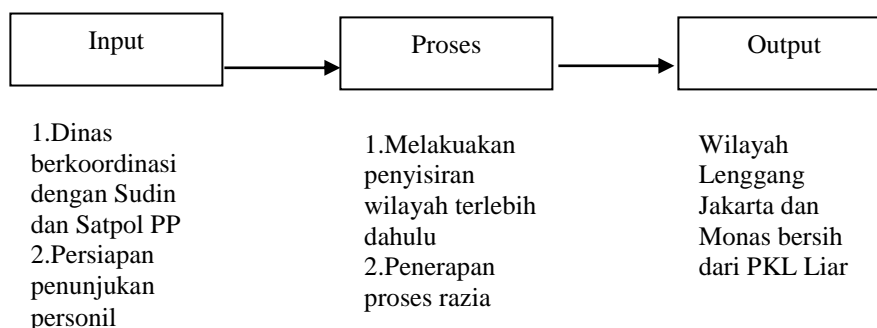
Sumber: Data Primer dari Wawancara Pedagang (April, 2016)

Pihak Satpol PP juga mendapatkan reward dari pedagang berupa persepsi positif terkait citra Satpol PP dari pedagang dan mendapatkan produk gratis jika berbelanja di salah satu pedagang (Lihat skema III.14). Berdasarkan skema, Pertukaran yang terjadi antara agen selaku pedagang diluar Lenggang Jakarta didalam struktur yang terbentuk ditandai dengan adanya reward yang didapatkan oleh Satpol PP di tingkat individual. Hubungan yang terjadi antara Satpol PP dengan pedagang yang memberikan *reward* tersebut berlangsung diawali adanya interaksi individual antara Satpol PP dengan pedagang, kemudian interaksi sosial berdampak akan adanya ketergantungan pedagang dengan informasi yang diberikan. Razia yang dilakukan memiliki beberapa alur yakni *Pertama*, pihak Dinas KUMKMP berkoordinasi untuk melakukan razia PKL tidak resmi, penunjukkan personil dilakukan untuk pengadaan

razia tersebut; *Kedua*, dalam hal proses yang dilakukan melakukan penyisiran terkait titik-titik yang menjadi lokasi berkumpulnya pedagang tidak resmi, kemudian proses razia dilaksanakan diterapkan.

“Satpol PP disini baik dek. Kalo ada razia, Satpol PP ngasih tau dulu dek. Kita bisa siap-siap. Ga dimintain duit kok, paling ngasih minum, kopi”<sup>163</sup>

### Skema III.15 Alur Razia PKL Tidak Resmi



Sumber: Data Primer Sudin KUMKMP (April, 2016)

Satpol PP yang memiliki kekuasaan sebagai pengawas ketertiban lokasi Lenggang Jakarta dari PKL Tidak Resmi pihak Satpol PP berwenang melakukan tindakan razia dan pengawasan secara harian terkait menjaga peraturan yang sudah diterapkan agar PKL tidak resmi tidak dapat berjualan di lokasi Lenggang, dengan kewenangan yang dimiliki itulah terjadi proses pertukaran, di mana yang dipertukarkan adalah informasi terkait pelaksanaan razia yang akan dilakukan. Dilema terjadi antara kewajiban Satpol PP sebagai pengawas ketertiban dengan tindakan yang dilakukan oknum Satpol PP yang memberikan informasi, tentunya dilema tersebut memberikan dampak-dampak tertentu bagi pedagang tidak resmi,

<sup>163</sup> Wawancara dengan Pedagang Minuman di luar Lenggang Jakarta. Pada tanggal 7 Januari 2016. Pukul 09.30 WIB

pedagang Lenggang Jakarta, dan Satpol PP, penjelasan dampak dapat dilihat pada skema III.14 dan III.15. Pada Gambar III.5 merupakan kondisi Lenggang Jakarta pada hari Sabtu terlihat bahwa masih adanya pedagang tidak resmi tersebut juga turut sebagai hal yang melatarbelakangi sepiunya konsumen. Kondisi demikian didasari adanya kerja sama antara oknum pihak Satpol PP dengan pedagang tidak resmi tersebut.

**Gambar III.5**  
**Kondisi Lenggang Jakarta pada Hari Sabtu di Area Depan (Blok A)**



Sumber: Dokumentasi Pribadi (Januari, 2016)

### **3.6 Penutup**

Program yang ada di Lenggang Jakarta ini menimbulkan perubahan relasi terhadap relasi makro dan mikro terhadap agen dan struktur. Relasi makro yakni pedagang dengan Satpol PP, instansi pemerintah, dan pengelola. Relasi pedagang dengan satpol PP terbentuk atas perubahan struktur yang berdampak terhadap adanya kekuasaan legitimasi yang berada didalam struktur Lenggang Jakarta. Berdasarkan realita sosial yang dijabarkan terdapat perbedaan relasi sebelum implementasi dan pasca penerapan program. Relasi pedagang dengan satpol PP terbagi menjadi dua

yakni dengan pedagang di Lenggang Jakarta dengan pedagang tidak resmi, adanya relasi ini memberikan keuntungan tersendiri bagi PKL tidak resmi dan secara tidak langsung berdampak menurunnya pendapatan pedagang Lenggang Jakarta. Relasi pedagang dengan konsumen dilatarbelakangi adanya perubahan struktur, dalam relasi ini terjadi suatu pilihan rasional yang terbentuk di kalangan konsumen.

## BAB IV

### DILEMA PERGESERAN RUANG SOSIAL PEDAGANG

#### 4.1 Pengantar

Pembagian tipologi dalam mencari sumber penghasilan dibedakan menjadi dua bagian yakni sektor formal dan informal<sup>164</sup>. Sektor formal merupakan bagian dari salah satu mata pencaharian yang memiliki gaji dari sektor swasta ataupun dari sektor Negara dengan diiringi tunjangan-tunjangan yang diberikan, seperti tunjangan pensiun, dll. Sektor informal terdiri dari dua kategori yakni sah dan tidak sah, jika dideskripsikan yang termasuk dari kategori sah merupakan kegiatan primer dan sekunder (pertanian, perkebunan, penjahit), distribusi skala kecil (pedagang kelontong, pedagang pasar, pedagang kaki lima, dan lainnya). Kategori informal tidak sah merupakan sumber penghasilan yang didapat dari pencurian, perjudian, pengedar narkoba, dan lainnya.<sup>165</sup>

PKL merupakan bagian dari sektor informal, dimana sektor-sektor ini berdiri secara bebas tanpa adanya peraturan yang mewadahi kegiatan mereka serta tidak mendapat jaminan-jaminan perlindungan dari Negara seperti yang sudah dijabarkan diatas. Mata pencaharian sebagai pedagang kaki lima dipilih dikarenakan *skill* yang dimiliki terbatas dan pada umumnya berasal dari kaum urban yang merantau ke DKI Jakarta, demi memnuhi kebutuhan hidup sehari-hari, kaum urban yang merantau ke DKI Jakarta memilih profesi yang sesuai dengan keahlian yang dimiliki, berbagai

---

<sup>164</sup> Beni Ahmad Saebani, *Sosiologi Perkotaan*, (Bandung: Pusaka Setia), 2015, hlm 281.

<sup>165</sup> *Ibid.*, hlm 282.

profesi dipilih, salah satunya adalah menjadi pedagang kaki lima di Monas, dipilihnya salah satu lokasi berdagang tersebut dilatarbelakangi

#### **4.2 Perebutan Ruang antara Pedagang Resmi dengan Pedagang Tidak Resmi**

Program Lenggang Jakarta yang didirikan di IRTI Monas merupakan program penertiban dengan membangun ulang sarana dan prasarana untuk penataan pedagang. Program ini juga diperuntukkan sebagai lokasi kuliner dan non-Kuliner serta dinamakan juga Lenggang Jakarta, latar belakang penamaan tersebut dimaksudkan agar lebih mencirikan khas Budaya Indonesia dan juga sebagai salah satu teknik yang menambah daya tarik konsumen. Sarana dan prasarana yang dimaksud ialah pembangunan kios tetap bagi pedagang, sehingga pedagang yang awalnya *mobile* memiliki lokasi dagang yang tetap dan tertata.

Lenggang Jakarta merupakan *field* yang semenjak didirikannya diperuntukkan bagi pedagang yang sudah terdata dan terverifikasi untuk menempati lokasi *Field* menurut Bourdieu *field* merupakan suatu jaringan atau suatu konfigurasi atau hubungan-hubungan objektif antar berbagai posisi. Posisi secara objektif didefinisikan seperti agen atau lembaga yang ditentukan juga berdasarkan struktur kepemilikan atas kekuasaan atau modal yang bisa membuka akses ke dalam suatu keuntungan yang menjadi taruhan dalam arena.<sup>166</sup> Arena menurut Bourdieu juga merupakan arena kekuatan yang di dalamnya terdapat usaha perjuangan perebutan

---

<sup>166</sup> Arizal Mutahir, *op.cit.*, hlm 66.

sumber daya (modal), dan juga merebutkan akses terhadap kekuasaan. Perebutan tersebut dalam rangka memperoleh posisi dalam arena<sup>167</sup>.

Berdasarkan hal tersebut terjadi juga relasi ambiguitas pedagang tidak resmi dengan Satpol PP (Lihat Skema III.14 Relasi Kerjasama Satpol PP dengan PKL Tidak Resmi), seyogyanya pedagang tidak resmi tidak diperbolehkan berdagang semenjak didirikannya Lenggang Jakarta, namun pada realitanya terjadi hubungan kerjasama tersebut, dimana pedagang tidak resmi mendapatkan informasi mengenai razia yang akan diadakan di sekitar Lenggang Jakarta. Razia yang diadakan bertujuan untuk mensweeping pedagang tidak resmi ini sehingga semenjak didirikannya program ini, pedagang tersebut menjadi termarginalisasikan dan tidak memiliki posisi di Lenggang Jakarta. Adanya pedagang tidak resmi tersebut memberikan dampak bagi pedagang Lenggang Jakarta<sup>168</sup>, dimana konsumen akan melihat perbedaan yang terjadi bahwa lokasi Lenggang Jakarta lebih mahal yang mengacu pada aspek visual yakni dari segi tempat berdagang, sistem pembayaran, dan kemudahan posisi untuk membeli.

Pedagang yang seharusnya termarginalisasikan tersebut melakukan relasi dengan Satpol PP sehingga memberikan posisi juga di dalam arena bagi pedagang tidak resmi. Pedagang tidak resmi tersebut beranggapan bahwa Satpol PP lebih memiliki kekuasaan yang dapat mempertahankan posisi mereka, dalam hal ini Satpol PP memiliki kekuasaan legitimasi dan proses mendapatkan kekuasaan tersebut

---

<sup>167</sup> *Ibid.* hlm 67.

<sup>168</sup> Data diperoleh [www2.jawapos.com/baca/artikel/18077/Lenggang-Jakarta-Dihantui-PKL-Liar](http://www2.jawapos.com/baca/artikel/18077/Lenggang-Jakarta-Dihantui-PKL-Liar). Diakses tanggal 14 Januari 2017, pukul 07.17 WIB.



didapatkan dari peraturan yang sudah diberlakukan terkait tugas dan kewajiban Satpol PP. Kekuasaan legitimasi meliputi penerimaan dari para anggota atas wewenang posisi.<sup>169</sup> Dalam hal ini, Satpol PP memiliki wewenang untuk melakukan razia dan menjalin relasi dengan pedagang tidak resmi, oknum Satpol PP yang menjalin relasi tersebut tentunya memberikan dampak munculnya relasi ambiguitas tersebut dan juga berdampak pada dua aspek yakni terhadap pedagang Lenggang Jakarta serta pedagang tidak resmi, dengan masih adanya pedagang tidak resmi tersebut, konsumen beranggapan bahwa Lenggang Jakarta memiliki interpretasi sebagai tempat yang memiliki harga mahal sehingga konsumen enggan untuk berkunjung dan lebih memilih lokasi hiburan yang ada di Lenggang Jakarta. (Lihat Skema IV.1 Gambaran Perebutan Arena Lenggang Jakarta)

**Skema IV.1**  
**Perebutan Arena Lenggang Jakarta**



Sumber: Dokumentasi Pribadi (April, 2016)

<sup>169</sup> Stephen P. Robbins dan Timothy A. Judge, *Perilaku Organisasi*, (Jakarta: Karya Salemba Empat), 2015, hlm. 281.

### **4.3 Dinamika Kapital sebagai Akar Kekuasaan dalam Arena Lenggang Jakarta**

#### **4.3.1 Kapital Simbolik dan Kapital Ekonomi**

Bourdieu membahas empat tipe kapital yakni modal ekonomi, modal kultural meliputi berbagai pengetahuan yang sah, modal sosial terdiri dari hubungan sosial yang bernilai antara individu, modal simbolik berasal dari kehormatan dan prestise seseorang.<sup>170</sup> Kapital simbolik menghasilkan kekuasaan simbolik, maka kekuasaan simbolik sering membutuhkan simbol-simbol kekuasaan, jadi kapital simbolik adalah semua bentuk pengakuan oleh kelompok baik secara institusional atau tidak.<sup>171</sup>

Posisi agen yang terlibat didalamnya baik itu dari pedagang atau agen formal lainnya. Di antara berbagai macam kapital, kapital ekonomi dan kapital budaya merupakan yang menentukan sebagai aspek diferensiasi dalam lingkup masyarakat yang sudah maju, berbagai cara dilakukan untuk lebih mengangkat ciri khas kelas-kelas sosial yang ada tergantung pada besarnya kepemilikan dan struktur kapitalnya.<sup>172</sup> Kekuasaan simbolik saling menghasilkan manfaat antara kedua belah pihak dan menghasilkan aspek relasi yang tidak dapat dipisahkan satu sama lain sehingga memperoleh pengakuan kedua belah pihak. Jika dijabarkan, pihak agen melalui perencanaan program Lenggang Jakarta dan implementasinya membutuhkan keterlibatan pedagang untuk kelancaran program.

---

<sup>170</sup> George Ritzer, *Teori Sosiologi Modern*, (Jakarta : Kencana Prenadamedia Group,2014), hlm. 485.

<sup>171</sup> Haryatmoko, *op.cit.*, hlm. 37.

<sup>172</sup> *Ibid.*, hlm 38.

Lenggang Jakarta merupakan *field* yang melibatkan dua agen yakni agen formal dan informal. Kedua belah pihak ini saling menopang satu sama lain sehingga terbentuknya target dari program yang diinginkan agen formal membutuhkan kontribusi pedagang dalam keberlangsungan program, mereka mengadakan kerjasama dengan berbagai pihak dalam hal konstruksi bangunan, sarana, dan prasarana lainnya. Implementasi program tersebut ditujukan bagi pedagang-pedagang di Lenggang Jakarta seperti penyediaan kios pedagang kuliner dan non-kuliner, selain perbedaan bentuk antara kios kuliner dan non-Kuliner, dibedakan juga dalam hal pembayaran retribusinya. Retribusi yang dikenakan untuk setiap kios di Lenggang Jakarta dibedakan menurut jenisnya. Kios yang terbuka dikenakan Rp3.000,00; kios setengah terbuka Rp4.000,00; kios tertutup Rp5.000,00. Semua retribusi kios tersebut dibayarkan secara auto debet di Bank DKI. Lambang dari pihak-pihak yang berkontribusi dalam hal menanamkan kapital ekonomi dari segi sarana dan prasarana terlihat pada area Lenggang Jakarta.

Penyediaan fasilitas tersebut yakni arena berjualan Lenggang Jakarta, kios bagi pedagang kuliner dan non-Kuliner, tenda untuk konsumen, fasilitas penunjang lainnya (toilet umum, musholla, tempat cuci tangan konsumen, dll). Lihat Gambar IV.1 Perubahan Ruang Pedagang Lenggang Jakarta. Fasilitas penunjang lainnya untuk kelancaran berdagang ialah penyediaan air bersih, listrik, peralatan masak, dan mesin EDC untuk pembayaran menggunakan *e-money*. Selain itu, pihak pedagang juga turut terlibat dalam kontribusi penyediaan bahan-bahan makanan berdasarkan menu yang dijual dan bersumber dari pendapatan pedagang sendiri atau modal

pribadi. Pihak Gubernur juga sudah membantu memberikan bantuan modal sebesar 1 juta rupiah per pedagang, bantuan modal pun ditawarkan hanya dari pihak Bank dengan persyaratan tertentu. Terlihat keterlibatan kapital ekonomi dari dua agen program Lenggang Jakarta. Kapital ekonomi yang sudah dijabarkan dapat menjelaskan diferensiasi posisi kelas dominan, borjuisi baru, dan borjuisi kecil. Kelompok dominan ditandai dengan lebih banyaknya modal yang dimiliki dan mereka terdiri dari dua kelompok lagi yang satu karena kepemilikan pada kelas dominan sudah sejak lama yakni bos-bos perusahaan besar dan industri; sedangkan borjuisi baru terdiri dari para eksekutif sektor swasta yang berasal dari sekolah-sekolah prestisius. Kelompok kedua ialah kaum borjuisi kecil yang memiliki keinginan menaiki tangga sosial, dimana mereka sangat menonjolkan keinginan atau kehendak baik dalam budaya, meski mereka mendasarkan pada peniruan budaya kelas dominan.<sup>173</sup>

Pada skema IV.2 menjelaskan alur akar kekuasaan agen formal kepada agen informal (Lihat juga skema III.5 tentang pihak yang termasuk agen formal dan informal) keterlibatan pihak agen formal dan informal didasari oleh modal yang dimiliki. *Pertama*, Pihak agen formal selaku pencetus struktur memiliki berbagai pengetahuan, selera dan teknik pemasaran sesuai jenis kelas mereka, dan hal tersebut bisa diterapkan dalam Arena Lenggang Jakarta dengan pertimbangan dari aspek pedagang dan konsumen. Pedagang menganggap pihak agen formal sebagai pihak yang dapat meningkatkan reputasi mereka sehingga pedagang turut mengikuti

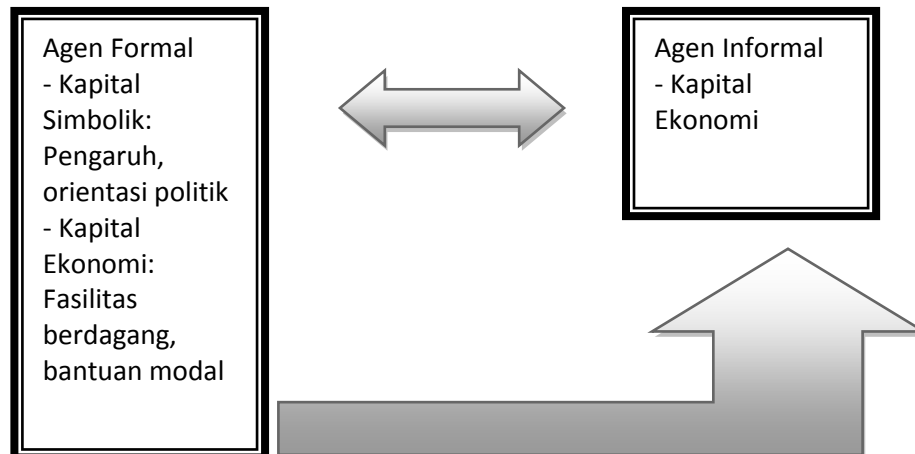
---

<sup>173</sup> *Ibid.*, hlm 37.

pelatihan, peraturan, tata tertib, cara melayani konsumen yang diterapkan. Secara tidak langsung, pedagang yang mengikuti peraturan-peraturan tersebut masuk dalam kekuasaan simbolik. Pedagang secara tidak sadar masuk dalam lingkaran yang menghasilkan kekerasan simbolik melalui aspek yang diterapkan agen formal;

*Kedua*, agen formal menerapkan kapital ekonomi bagi pedagang Lenggang Jakarta dengan menyediakan sarana dan prasarana untuk berdagang. Berdasarkan hal tersebut, agen formal mendapatkan *reward* biaya pengelolaan yang dibebankan kepada pedagang sebesar 15% per menu penjualan dan biaya sewa oleh pedagang non-Kuliner.

**Skema IV.2**  
**Kapital Simbolik dan Kapital Ekonomi**



Sumber: Data Primer Dinas KUMKMP, Sudin KUMKMP, dan Pedagang (April, 2016)

Pihak kelas dominan menanamkan modal ekonomi untuk program Lenggang Jakarta sehingga simbol-simbol perusahaan yang menyediakan sarana dan prasarana terlihat, kekuasaan simbolik kepada kelas borjuis kecil terlihat dari peraturan-peraturan yang diterapkan bagi pedagang sebagai kelas borjuis kecil dan simbol-

simbol yang ada di Lenggang Jakarta. Pedagang menuruti semua peraturan di arena yang baru dengan harapan adanya peningkatan kelas terkait tempat yang sudah diperbaharui. Peningkatan kelas sosial dapat dilihat dari peningkatan pendapatan daripada sebelumnya, perbedaan kondisi tempat dagang, menu dagang yang dijual. Perbedaan kapital yang dimiliki antara agen formal dan agen kurang memiliki kebebasan dikarenakan, agen formal menerapkan beberapa peraturan yang berlaku di Lenggang Jakarta sehingga bagi pedagang yang masih ingin menempati arena Lenggang Jakarta harus mengikuti setiap peraturan. Tentunya kebebasan dalam menjual menu-menu yang diinginkan dan bahan yang digunakan harus berdasarkan persetujuan agen formal. Perbedaannya adalah agen informal, mengusahakan modal penjualan secara pribadi. Praktik yang bisa dilakukan oleh pedagang hanya bisa disesuaikan berdasarkan peraturan yang sudah terbentuk.

“Bantuan modal ada. Bank sudah pasti menawarkan. Yang sudah real menawarkan itu Bank BRI, lalu dari Gubernur 1 juta per pedagang. Lalu Mandiri juga menawarkan, persyaratan selanjutnya dari pihak masing-masing Bank ya. Kalau untuk penawaran kredit usaha itu banyak soalnya melihat potensi Lenggang ini kan termasuk luar biasa, benar-benar bisa dijadikan prioritas kredit, karena kan salah satu syarat pemberian kredit itu kan lokasi yang tetap, Lenggang itu sudah tetap dan menjadi daya tarik pemberian kredit.”<sup>174</sup>

#### **4.3.2 Kapital Budaya**

Modal kultural meliputi berbagai pengetahuan yang sah.<sup>175</sup> Penghuni posisi dalam lingkungan menggunakan berbagai strategi, melalui strategi itulah “penghuni posisi berupaya secara individual atau kolektif melindungi atau meningkatkan posisi mereka dan berupaya memaksakan prinsip perjenjangan yang paling menguntungkan

<sup>174</sup> Wawancara mendalam dengan “A”

<sup>175</sup> George Ritzer, *Teori Sosiologi Modern*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014), hlm 485.

terhadap produk mereka sendiri. Strategi agen tergantung pada posisi mereka dalam lingkungan.<sup>176</sup> Modalitas kekuasaan yang berikutnya dilihat dari aspek budaya, Lenggang Jakarta yang merupakan *pilot project* mengangkat budaya khas Indonesia yang dicirikan dari berbagai menu makanan dan nama program yang digunakan. Berdasarkan data yang didapatkan, program Lenggang Jakarta ini juga akan diterapkan di berbagai wilayah lainnya.

Proses yang ditempuh dalam menanamkan budaya tersebut melalui pelatihan dan peraturan yang sudah diterapkan oleh agen formal. Pihak agen formal memiliki budaya keterampilan dan pengetahuan yang dapat digunakan dalam meningkatkan *performance* pedagang Lenggang Jakarta, seperti keterampilan dalam memasak masakan khas Indonesia, pengetahuan akan bumbu-bumbu masakan khas Indonesia, manajemen keuangan. Implementasi budaya mengenai cara memasak, mengelola bahan-bahan makanan, penyajian makanan, penataan makanan, serta melayani pengunjung diberikan oleh pihak agen formal melalui pelatihan bagi pedagang. Implementasi budaya yang dilakukan sebagai aspek mobilitas vertikal kelas pedagang kaki lima. Agen formal menginginkan pedagang mengalami perbedaan kondisi untuk mobilisasi kelas mereka. Selama ini pedagang kaki lima mendapat *stereotype* penyajian makanan yang asal-asalan sehingga tidak memperhatikan kebersihan, kualitas, dan penataan dagangan.

Agen formal memiliki standardisasi terkait implementasi budaya mereka, yakni *Pertama*, penentuan bumbu dan cita rasa menu makanan yang sesuai standar,

---

<sup>176</sup> *Ibid.*, hlm. 486.

kemudian pedagang dilatih oleh chef dalam kurun waktu yang sudah ditentukan dan tes juga diselenggarakan untuk menilai keberhasilan pelatihan bagi tiap pedagang. Pelatihan ini juga diadakan gratis bagi pedagang yang sudah terdata sebagai pedagang resmi Lenggang Jakarta. *Kedua*, pedagang diajarkan untuk menggunakan bahan-bahan makanan yang berkualitas baik dengan kata lain tidak busuk, bersih, dan tidak menggunakan zat-zat berbahaya lainnya. Penggunaan bahan-bahan sesuai kualitas yang ditentukan ditujukan sebagai salah satu cara agar pedagang kaki lima memiliki diferensiasi kelas sehingga mobilisasi kelas secara vertikal dapat terwujud.

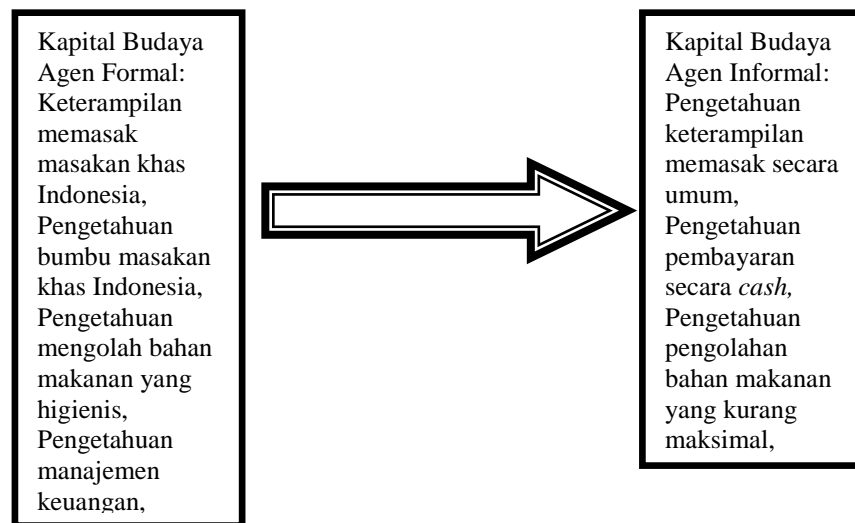
*Ketiga*, pelaksanaan sistem pembayaran yang berbeda dengan kondisi sebelumnya, dimana pembayaraan saat ini di Lenggang Jakarta menggunakan non-Tunai (*cashless*) melalui kartu *e-money* yang dikeluarkan Bank Mandiri. Setiap pedagang diberikan mesin EDC untuk menerima pembayaran dengan sistem *cashless*. Pedagang juga diajarkan agar bisa beradaptasi terhadap perbedaan sistem pembayaran saat ini.

*Keempat*, budaya lainnya yang turut diterapkan ialah penataan dagangan. Pedagang kuliner dan non-Kuliner di Lenggang Jakarta mendapatkan pengarahan untuk menata barang-barang dagangan mereka. Setiap pedagang dilarang menaruh barang dagangan mereka di lantai dan tidak boleh mendirikan tenda-tenda. Penataan barang dagangan juga harus diatur agar menarik minat konsumen. Agen formal menerapkan prinsip yang setidaknya menguntungkan posisi mereka melalui pengetahuan yang diinternaslisasikan kepada pedagang dan penentuan produk-produk yang dijual di Lenggang Jakarta. Agen informal hanya bisa mengikuti setiap



internalisasi budaya agen tersebut yang diterapkan di Lenggang Jakarta, sehingga praktik mereka dalam bertindak juga disesuaikan oleh budaya bersih, rapi, dan lainnya yang diterapkan agen formal (Lihat skema IV.3).

**Skema IV.3**  
**Kapital Budaya**



Sumber: Data Primer Sudin KUMKMP dan Pedagang (April, 2016)

#### **4.4 Dominasi Agen oleh *Doxa* di Lenggang Jakarta**

##### **4.4.1 Perubahan Arena Pedagang menjadi non-Mobilisasi**

Pada awal mulanya, pedagang yang belum dipindahkan ke lokasi Lenggang Jakarta menempati wilayah IRTI Monas. Penentuan lokasi yang dilakukan PKL akan mempertimbangkan beberapa hal seperti orientasi kepada konsumen, pertimbangan terhadap pusat kegiatan masyarakat, tempat tinggal, sumber bahan baku, maupun permukiman penduduk tersekat, dan pertimbangan terhadap kemudahan transportasi.<sup>177</sup> Sebelum dipindahkan lokasi dagang, pedagang yang berada di Ikatan

<sup>177</sup> Adon Nasrullah Jamaluddin. *op.cit.*. Hlm. 296.

Restoran Taman Indonesia (IRTI) tersebut memilih agar bisa berpindah lokasi sesuai dengan kondisi ramai atau tidaknya konsumen di titik-titik tertentu.

Pada saat lokasi dagang bisa berpindah-pindah ini pedagang mengakui jika pendapatan mereka cukup laku dan memiliki pelanggan. Berbagai strategi berdagang diterapkan sebelum adanya penerapan implementasi, salah satunya seperti berpindahnya lokasi berdagang, dan strategi berdagang ini cukup efektif untuk menambah pendapatan mereka sehari-hari, setelah diadakannya sosialisasi untuk memperbagus lokasi dagang mereka di IRTI, mereka memiliki konsekuensi berdagang di lokasi yang permanen.

Pedagang menyetujui terkait non-Mobilisasi lokasi berjualan ini, namun seiring berjalannya waktu, *habitus* pedagang yang menghampiri konsumen tidak bisa diterapkan di lokasi Lenggang Jakarta. *Habitus* menurut Bourdieu ialah melihat hubungan dialektis antara struktur dan agen yang terlihat melalui praktik. Bourdieu mengembangkan *habitus* sebagai sistem pendisposisian dan aktivitas budaya yang dipelajari dalam masyarakat yang membedakan orang-orang menurut gaya hidupnya.<sup>178</sup>

Pedagang tersebut hanya bisa menetap di lokasi dan menunggu konsumen menghampiri mereka, berkurangnya strategi berdagang mereka terkait kebebasan berpindahnya lokasi dagang, berakibat adanya dampak yang dirasakan pedagang Lenggang Jakarta, yakni : *Pertama*, menurunnya pendapatan sehari-hari dan ramai atau tidaknya pengunjung hanya di hari-hari tertentu. *Kedua*, kehilangan pelanggan

---

<sup>178</sup> Haryatmoko, *Op.Cit.*, hlm 113.

yang sudah dimiliki sebelum berpindah lokasi dagang di Lenggang Jakarta. Pelanggan yang sudah didapatkan oleh pedagang tersebut berdasarkan pengakuan pedagang, tidak mengetahui bahwa mereka sudah berpindah lokasi dagang, oleh sebab itu pedagang perlu untuk beradaptasi ulang dengan mencari pelanggan baru dan menerapkan strategi berdagang yang baru. Kondisi tersebut dilatarbelakangi oleh lokasi pedagang yang permanen. Konsumen pada umumnya yang membeli dagangan PKL, jika lokasi dagang PKL tersebut dekat dengan posisi konsumen. Selama ini, konsumen berkunjung ke Monas untuk masuk ke sekitar cawan Monas, seperti lari-lari dan jalan, tujuan mereka adalah di sekitar cawan monas, bukan di IRTI meskipun konsumen melalui IRTI tersebut (Lihat Gambar IV.1).

“Kalau konsumen yang berhubungan dengan PKL, yang paling dekat yang bakalan dia beli nih. Jadi selama saya liat, dua kali ke monas malam minggu, justru yang saya liat yang sepi justru yang di IRTI itu, yang rame malah kaki lima yang paling mendekat ke dalam karna aksesnya gampang kan. Laper tinggal beli, kan kita kebiasaan beli di dekat patung monasnya, bukan di dekat IRTI. Karna kan buat yang jalan dan mau lari, apalagi malam minggu disitu.”<sup>179</sup>

“Enakan dagang disana, disana laku banyak. Disini sehari kadang laku satu, tiga. Lakunya dapet seratus ribu paling...”<sup>180</sup>

“Sekarang ga kayak dulu, pernah tiga hari ga dapet pelaris, kemarin saya aja dapat 2 piring hanya sabtu-minggu aja rame. Kalau pake gerobak itu rame, sekarang kan pake *e-money* jadi bingung. Yang ga biasa kan ga tau”<sup>181</sup>

Kebijakan terkait membuat permanen pedagang dari segi sosiologi akan menghilangkan esensi bahwa kaki lima termasuk dalam ekonomi informal. Pada dasarnya, PKL memang tidak teratur, penataan PKL tidak hanya dilakukan secara spasial saja tetapi juga dari segi mengubah *mindset* pedagang, tidak mudah mengubah *mindset* karena harus mempertimbangkan struktur yang sudah melekat dalam diri

<sup>179</sup> Wawancara dengan Yuanita Aprilandini, M.Si, pada hari Kamis 12 Januari 2017, pukul 14.00 WIB.

<sup>180</sup> Wawancara mendalam dengan “K”

<sup>181</sup> Wawancara mendalam dengan “K”

orang tersebut. Monas merupakan wisata yang terkategori hiburan rakyat, sehingga masyarakat dari segmentasi kelas bawah dan memiliki pendapatan yang sedikit akan memilih lokasi ke Monas, tentunya penataan tersebut harus mempertimbangkan latar belakang dibentuknya Monas. Di sisi lain, PKL juga tidak bisa dihilangkan karena merupakan pengaman jika terjadi PHK besar-besaran dan profesi ini dipilih karena modal yang sedikit dan tidak membutuhkan kualifikasi lain. Sehingga penataan PKL selain mempertimbangkan keteraturan, diharapkan harus bisa mengubah *mindset* antara pedagang dan konsumen. Titik aktifitas konsumen yang berada disekitar Cawan Monas juga bisa dipertimbangkan.

Menurut Gambar IV.1 Perubahan Arena Pedagang, dapat dilihat perubahan sebelum dan sesudah diterapkannya program. Posisi gambar di bagian atas dalam Gambar IV.1 merupakan salah satu lokasi pedagang untuk berpindah tempat, pedagang masih memiliki kebebasan dalam berpindah lokasi yang didasarkan pada ramai atau tidaknya lokasi. Keterangan gambar nomor satu dan dua merupakan hasil dari implementasi program penataan Lenggang Jakarta dan kios tersebut merupakan kios pedagang non-Kuliner. Keterangan gambar nomor tiga dan empat adalah kios pedagang kuliner di arena Lenggang Jakarta. Seiring dengan adanya perubahan tersebut terdapat dampak-dampak yang muncul akibat dari perubahan struktur dalam arena.

**Gambar IV.1**  
**Perubahan Ruang Pedagang**



Setelah Penerapan Program  
Lingsang Jakarta



Keterangan Gambar :

1. Salah satu kios pedagang non-Kuliner
2. Penampakan area pedagang non-Kuliner
3. Salah satu fasilitas yang disediakan yakni tempat cuci tangan
4. Penampakan area pedagang kuliner

Sumber: Dokumentasi Pribadi (Maret, 2016)

Pada skema IV.4 terjadi perubahan arena pedagang terkait sesudah diterapkannya program Lenggang Jakarta, perubahan tersebut mengakibatkan pedagang memiliki lokasi permanen, dari sisi konsumen mereka lebih memilih pedagang yang dekat dengan lokasi mereka, hal tersebut membuat pedagang harus mendekati calon konsumen dikarenakan aktifitas konsumen berada pada titik cawan monas, bukan di IRTI Monas. Terdapat perbedaan cara berdagang pedagang sebelum diterapkannya program, pedagang dapat berpindah lokasi sesuai ramai atau tidaknya konsumen, jika di IRTI sepi konsumen, pedagang berpindah ke lokasi cawan monas di dalam yang berdekatan dengan aktifitas konsumen. Sedangkan setelah implementasi program, agen formal menata pedagang agar pedagang memiliki lokasi dagang secara permanen di IRTI Monas. Pihak yang termasuk agen formal dan informal dapat dilihat pada skema III.5.

**Skema IV.4**  
**Perubahan Arena Pedagang**



#### 4.4.2 Internalisasi Nilai-Nilai Agen Formal ke Agen Informal

Pada awal mulanya, seluruh pedagang mendapatkan sosialisasi terkait memperbagus pasar dan tidak ada peraturan yang merepotkan pedagang sehingga pedagang menyetujui program tersebut. Penjualan pedagang resmi memiliki profesi

jenis dagangan yang berbeda, ada yang sebelumnya berprofesi sebagai penjual makanan atau minuman, didata sebagai calon pedagang resmi Lenggang Jakarta. Setiap pedagang yang sudah terdata tersebut didata ingin berjualan apa saja dan mengumpulkan berkas yang dibutuhkan sesuai persyaratan. Setelah tahap pendataan dan pengumpulan berkas, pedagang masuk dalam tahap verifikasi. Pedagang yang sudah terverifikasi tersebut mendapatkan pelatihan yang diadakan oleh pihak swasta, pelatihan diberikan selama dua bulan dengan pelaksanaan tiga tahap. Pelatihan yang diadakan tersebut dilakukan didasari menu masakan yang ingin dijual dan disesuaikan juga dengan *trend* yang dibutuhkan.

Berbagai materi yang diberikan dalam pelatihan termasuk yakni pelatihan manajemen keuangan, dan pelatihan menggunakan sistem pembayaran melalui mesin EDC Bank Mandiri. Pelatihan memasak tersebut dilakukan oleh *Chef Ragil*, pelatihan tersebut diadakan secara gratis dan ditujukan bagi pedagang yang menempati Lenggang Jakarta, dengan pelaksanaan dua kali dalam setiap minggu, pedagang yang akan mengikuti pelatihan berkumpul di Monas dan akomodasi disediakan juga oleh pihak swasta.

“Sebelum memasukkan pedagang itu, sebelumnya pun dilakukan pelatihan kepada mereka tapi yang sudah melakukan verifikasi. Jadi, sebanyak 339 itu kita sudah verifikasi diberikanlah pelatihan kepada mereka sambil menunggu bangunan ini jadi.”<sup>182</sup>

“Pelatihan ya terima kalau ada pembeli, sikapnya bagaimana, harus sopan, pelatihan masak. Gitu aja. Diajarin juga ngecek ATM kita itu kebanyakan bodoh-bodoh, ntar dilatih, dikasih tau cara bayarnya gimana, ATMnya gimana, cara pake mesinnya. 2 bulan itu.”<sup>183</sup>

“Iya, tempatnya waktu itu berbeda-beda. Yang melakukan pelatihan dari Sosro juga karena emm Sosro ini mengundang konsultan yang bagus, apalagi di bidang Kuliner,

<sup>182</sup> Wawancara mendalam dengan “J”

<sup>183</sup> Wawancara mendalam dengan “K”

namanya Chef Ragil yang di TV. Dia Chef yang melatih mereka, untuk menyajikan karena mereka kan itu PKL ya. Jadi, penyajiannya itu asal-asalan yang penting orang bisa makan. Dari cita rasa, bentuk kan tidak mau tau mereka kan. Setelah diberikan pelatihan, barulah apa namanya, ada perubahan lah kayak gitu. Seperti itu lah kira-kira.”<sup>184</sup>

*Habitus* beberapa pedagang yang pada dasarnya sudah mengetahui teknik-teknik memasak selama berjualan, membantu pedagang dalam menyelesaikan proses pelatihan tersebut. Pengalaman mereka dalam mengelola bahan-bahan makanan, melayani konsumen membantu mereka dalam menyelesaikan pelatihan yang diadakan selama 2 bulan oleh pihak swasta, adapun tujuan diadakannya pelatihan ini adalah untuk meningkatkan kualitas masakan pedagang kaki lima serta menghilangkan citra buruk yang sudah melekat terhadap cara berjualan pedagang kaki lima, yakni pedagang menyajikan asal-asalan, bentuk dan cita rasa penyajian yang tidak terjamin, namun sikap dalam melayani konsumen masih membuat beberapa konsumen merasa tidak nyaman untuk bertransaksi di Lenggang Jakarta.

Konsumen berpendapat bahwa pelayanan yang diberikan kurang ramah dengan sikap-sikap yang ditunjukkan oleh pedagang, dan penentuan harga yang berbeda serta sistem pembayaran yang menurut konsumen cukup menyulitkan. Pedagang yang menginginkan penyesuaian selera terhadap konsumen, hanya bisa melakukan strategi yang sesuai peraturan yang berlaku. Oleh karena itu, tidak semua aspek internalisasi ini berhasil (Lihat Gambar III.1 Pemetaan Sederhana Posisi Kios Pedagang Lenggang Jakarta).

“..Terus disini kurang ramah juga, tadi aja aku baru duduk terus langsung disamperin dan ditanyain mbak udah mesen apa belum, jadi yang tadinya pengen duduk sambil

---

<sup>184</sup> Wawancara mendalam dengan “J”



lihat-lihat makanan jadi ilfil duluan, lebih baik ke hiburan sana yang ga akan diganggu. Apalagi kita lagi duduk nih, terus diliatin, disamperin, yang tadinya mau nyaman malah kayak mau maling aja disini...”<sup>185</sup>

Pelatihan memasak tersebut mengajarkan pedagang tentang mengelola bahan-bahan makanan yang bersih dan higienis, pedagang yang sudah melewati tahap pelatihan tersebut hal selanjutnya akan melalui tahap pengujian, jika rasa masakan yang dihasilkan pada tahap pengujian belum enak dan belum masuk dalam standardisasi cita rasa yang ditentukan, pedagang akan terus mengulang sampai betul-betul lulus pengujian, namun sejauh ini pedagang yang melewati tahap pengujian tersebut akan diusahakan lulus semua. Pedagang yang berjualan kuliner akan diuji setiap bloknya untuk menu masakan yang sudah diajarkan. Pedagang yang sudah lulus dalam pengujian tersebut bisa langsung berjualan menu yang sudah ditentukan. Tidak semua pedagang dapat menjual menu yang sama dengan keinginan mereka. Menu makanan khas yang diujikan ditentukan oleh pengelola dan berdasarkan *trend* yang berlaku, kemudian penentuan menu tersebut juga berdasarkan khas Indonesia.

“Kita usahakan sih engga, kan kita memberdayakan pedagang yang memang sebelumnya berjualan disitu...”<sup>186</sup>

“Ga ada. Habis dua bulan, dicek makanan. Nasi goreng umpamanya bumbunya apa. Dites per blok, nanti nasi gorengnya dicoba enak atau engga. Kalau belum enak rasanya, itu diulang-ulang lagi. Kokinya terkenal yang di tivi.”<sup>187</sup>

Terdapat perbedaan yang dimiliki antara *habitus* pedagang dengan habitus agen. Konsep penggunaan *Habitus* dianggap berhasil mengatasi masalah individu-

---

<sup>185</sup> Wawancara dengan Priska, selaku Konsumen Lenggang Jakarta, pada tanggal 9 April 2016, pukul 11.10 WIB

<sup>186</sup> Wawancara mendalam dengan “J”

<sup>187</sup> Wawancara mendalam dengan “K”

masyarakat, agen-struktur sosial, kebebasan-determinisme.<sup>188</sup> Menurut Pierre Bourdieu, sebagai buah dari sejarah, *habitus* menghasilkan praktik-praktik, baik individual maupun kolektif, sesuai dengan skema yang dikandung oleh sejarah, ia menjamin kehadiran aktif pengalaman-pengalaman masa lalu yang diletakkan dalam setiap organisme dalam bentuk skema persepsi, pemikiran, dan tindakan, terlebih semua aturan formal dan norma tersurat, untuk menjamin kesesuaian praktik-praktik sepanjang waktu.<sup>189</sup> *Habitus* merupakan struktur intern yang selalu dalam proses restrukturisasi. Jadi, praktik-praktik dan representasi tidak sepenuhnya pelaku bisa memilih, namun juga tidak sepenuhnya bebas (pilihannya ditentukan *Habitus*).<sup>190</sup>

*Habitus* agen memiliki ciri khas tertentu seperti cara pengolahan makanan, penyajian makanan, penentuan dalam penggunaan porsi bahan makanan yang akan digunakan, dan karakteristik tempat penjualan. *Pertama*, pengolahan makanan bagi pedagang Lenggang Jakarta diwajibkan menjaga kebersihan dan higienis. *Habitus* agen dalam menjaga kebersihan dan higienisnya bahan-bahan makanan tersebut diinternalisasikan kepada pedagang-pedagang kuliner di Lenggang Jakarta, dalam pola pikir agen tersebut terjaganya pengelolaan makanan ialah untuk menjaga citra Lenggang Jakarta di mata konsumen bahwa pedagang kuliner disini terjaga kebersihannya dan berguna untuk memperbaiki persepsi pedagang kaki lima selama ini. Pedagang kaki lima selama ini memiliki persepsi bahwa pengelolaan bahan-bahan makanannya kurang terjaga kebersihannya. *Kedua*, penyajian dan penyusunan bahan

---

<sup>188</sup> Haryatmoko, *Membongkar Rezim Kepastian*, (Yogyakarta: Boekoe Tjap Petroek), 2015, hlm 31.

<sup>189</sup> *Ibid.*, hlm 33.

<sup>190</sup> *Ibid.*, hlm 35.

makanan berdasarkan persepsi agen yang ada, penyajian bahan-bahan makanan tersebut dilakukan berdasarkan teknik-teknik yang sudah diajarkan pada pelatihan yang diberikan pihak swasta. Menurut salah satu agen terkait, penyajian dan penggunaan bahan-bahan makanan pedagang kaki lima selama ini, dikenal asal-asalan dan cenderung menggunakan prinsip “yang penting konsumen bisa makan”. Oleh karena itu, pihak swasta mencoba menginternalisasikan prinsip-prinsip mereka terkait penggunaan dan penyajian bahan makanan yang sesuai standar yang sudah ditetapkan, kemudian dalam pemenuhan bahan-bahan makanan yang digunakan pedagang, pihak pengelola Lenggang Jakarta menyediakan bahan-bahan makanan yang dikhususkan bagi pedagang Lenggang Jakarta

*Ketiga*, penampilan pedagang pun turut masuk dalam aspek yang diperhatikan agen. Pedagang Lenggang Jakarta diberikan seragam yang mencirikan pembeda antara pedagang kuliner dan pedagang non-Kuliner, dalam peraturan yang sudah disosialisasikan agen terkait bahwa penggunaan seragam diwajibkan saat menghadiri pertemuan yang diadakan. Tujuan tersebut dikhususkan juga untuk menjadi pembeda anatara pedagang resmi dan pedagang tidak resmi. Pedagang kuliner diberikan apron berwarna hitam dengan tulisan Lenggang Jakarta, sebagai ciri khas pedagang kuliner, sedangkan kaos warna kuning diberikan kepada pedagang non-Kuliner yang menjual aksesoris, tas, dan baju. *Habitus* ini merupakan salah satu cara untuk mencirikan peningkatan kelas dari pedagang kaki lima, dilihat dari kondisi sebelumnya, pedagang kaki lima ini tidak menggunakan seragam tertentu sehingga antara pedagang kaki lima yang satu dengan yang lainnya tentunya hal tersebut tidak

ada perbedaan yang terlihat. Internalisasi ini juga memicu perbedaan yang akan berdampak terpinggirkannya pedagang tidak resmi tersebut dari arena. Arena yang dimaksud disini adalah Lenggang Jakarta.

“Sekarang udah ada tapi kalau ada rapat, wajib dipake. Jadi, liar ga liar itu keliatan. Kalau makanan lain, item polos bajunya. Kalau gelaran, kaos gitu.”<sup>191</sup>

*Keempat*, pengaturan waktu operasional, terdapat perbedaan yang terlihat dalam hal ini, pedagang mengakui bahwa jam operasional monas tidak seperti dulu yang bisa sampai tengah malam, pengaturan waktu operasional ini sangat penting bagi pedagang untuk mendapatkan penghasilan tambahan pada hari tersebut, pedagang yang tidak mendapatkan penglaris dalam kurun waktu pagi hingga sore hari bisa mendapatkan peluang tambahan di waktu malam hari. Internalisasi *habitus* terkait pengaturan waktu ini, menuai kritikan bagi pedagang Lenggang Jakarta, pedagang beranggapan bahwa penerapan waktu operasional monas kurang efektif diterapkan pada era sekarang ini.

*Kelima*, terkait penerapan sistem pembayaran *cashless* melalui *e-money*. Konsumen mengeluhkan pembayaran tersebut tidak memudahkan. Selama ini, konsumen lebih memilih aktifitas belanja secara tunai ke PKL sehingga aspek dari segi konsumen terkait pembayaran menerima respon negatif dikarenakan konsumen yang memiliki *e-money* termasuk dalam konsumen kelas menengah dan dengan persyaratan harus ada simpanan uang didalam *e-money* hanya untuk berbelanja makanan. Pedagang Lenggang Jakarta kerap kali sudah memberikan kritik kepada

---

<sup>191</sup> Wawancara mendalam dengan “K”

pengelola terkait waktu operasional tersebut yang membatasi kawasan Monas hanya sampai jam 8 malam, namun hasil respon yang didapatkan pedagang baru diterapkan pada bulan April 2016, Gubernur DKI Jakarta meresmikan wisata malam Monas dengan kuota tiket yang sudah disediakan disertai juga pembagian waktu operasional yang berbeda, yakni pada hari Selasa – Jumat pukul 19.00 – 22.00 WIB. Pada hari Sabtu, Minggu, dan hari libur 19.00 – 00.00 WIB<sup>192</sup>.

“Biasa makan di dalam, soalnya makan lalu bayar, makan lalu bayar (tunai). Nah, ini. ini juga aneh, kalau orang punya e-money mesti ada tabungan di e-money itu. Paling yang punya konsumen dengan kelas sosial apa, minimal kelas menengah, Sekarang pengunjung monas, yang namanya monas itu kan punya konsep wisata murah-meriah. Pas ga kalau konteksnya wisata murah, tapi punya konsep e-money. Sementara e-money dimiliki oleh orang yang kelas menengah dan seberapa banyak sih konsumen yang punya tabungan di e-money untuk belanja disitu. Seberapa sering sih yang kesana, paling yang kesana cari yang murah dan gratis, seperti pembantu rumah tangga, supir pada pacaran kan karna ke mall mahal, bioskop apa lagi. Makanya mereka pilih ke Monas. Memangnyanya mereka punya e-money. Menurut saya, salah prediksinya. Itu sebenarnya ga sinkron.”<sup>193</sup>

“Ini semenjak Pak Ahok dibersihkan. Maunya bersih aja gitu tapi kita kan pemasukan dari pengunjung, kalau monas kan jam 8 malam ditutup, kalau dulu kan 24 jam waktu pak fauzi bowo itu. Pintu gerbang paling engga ditutup jam 12 malam. Kalau ada pengunjung daerah itu dateng jam 5 mau ke pedagang, malah ga jadi karna ditutup akhirnya lama-lama kemudian males ke monas. Jadi kita ini kalau ga dapet siang, nunggu malem udah ga ada itu lagi”<sup>194</sup>

Pada skema IV.5 agen formal Lenggang Jakarta merundingkan berbagai aspek yang sudah dijabarkan di atas untuk diterapkan ke pedagang Lenggang Jakarta, pihak tersebut berusaha mewujudkan *habitus* ideal mereka melalui peraturan-peraturan yang dibuat serta pelatihan yang disosialisasikan kepada pedagang. Tujuan dari penerapan ini adalah sebagai pembeda dan membentuk citra positif di masyarakat terkait program Lenggang Jakarta. Internalisasi *habitus* agen tersebut kurang

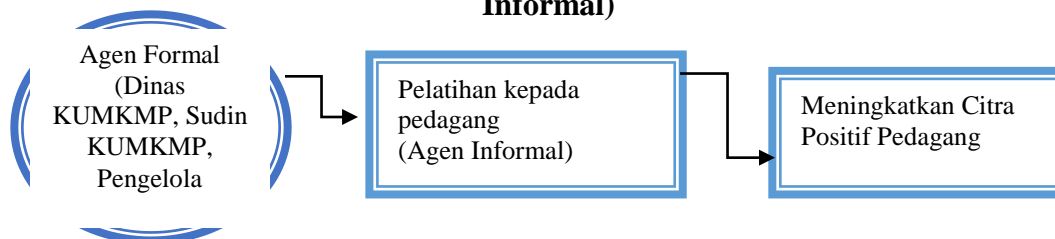
<sup>192</sup> Data diperoleh [travel.detik.com/read/2016/04/05/170101/3180387/1382/mau-naik-ke-puncak-monas-di-malam-hari-tiketnya-terbatas](http://travel.detik.com/read/2016/04/05/170101/3180387/1382/mau-naik-ke-puncak-monas-di-malam-hari-tiketnya-terbatas). Diakses pada 31 Juli 2016, pukul 16.48 WIB.

<sup>193</sup> Wawancara dengan Yuanita Aprilandini, M.Si, pada hari Kamis 12 Januari 2017, pukul 14.00 WIB.

<sup>194</sup> Wawancara mendalam dengan “K”

memperoleh dampak yang signifikan terhadap pemasukan pedagang dan berdampak juga terhadap relasi yang terbentuk antara blok yang satu dengan blok yang lain. (Lihat Skema III.10). Adanya penerapan nilai-nilai ini kepada pedagang yang ditata, berdampak juga terhadap pemasukan pedagang di waktu-waktu tertentu, dimana penerapan penataan kerap melupakan esensi awal dibentuknya Monas yakni wisata rakyat yang murah-meriah, tentunya wisata ini lebih sering diakses dengan konsumen kelas menengah-bawah dikarenakan wisata yang murah di Jakarta hanya sedikit, berbeda dengan wisata yang mahal.

**Skema IV.5**  
**Internalisasi *Habitus* Agen Formal ke Pedagang Lenggang Jakarta (Agen Informal)**



Sumber: Dokumentasi Pribadi (Maret, 2016)

#### 4.5 Perbandingan Internalisasi *Doxa* Agen Formal ke Agen Informal

Kontribusi kapital yang besar dari kelas dominan mengakibatkan kelas yang menginginkan peningkatan posisi kelas sosial mereka, dalam hal ini pedagang, menuruti berbagai peraturan yang sudah diterapkan di arena Lenggang Jakarta. Berbagai agen yang terlibat dalam implementasi program Lenggang Jakarta berdasarkan alasan tertentu turut terlibat dalam membentuk peraturan-peraturan yang diterapkan bagi pedagang yang sudah terdata untuk menempati Lenggang Jakarta. *Doxa* cenderung mendukung pengaturan sosial tertentu pada ranah yang

mengistimewakan pihak dominan.<sup>195</sup> *Doxa* terlihat melalui peraturan-peraturan yang ditetapkan oleh agen formal. Peraturan tersebut meliputi (Lihat skema IV.6) : *Pertama*, penentuan target penjualan Rp5.000.000,00 per bulan, penerapan peraturan melibatkan sekitar 15-20 orang terkait mensosialisasikan peraturan-peraturan pedagang di Lenggang Jakarta. Pihak agen memiliki rancangan peraturan yang sudah tersusun, kemudian memberitahukan kepada pedagang terkait apa saja peraturan yang sudah dibuat tersebut. Peraturan target penjualan ini, pedagang merasa keberatan dan tidak sanggup memenuhi peraturan target penjualan tersebut, hal tersebut diketahui pendapatan mereka setelah berpindah ke Lenggang Jakarta mengalami penurunan. Jika dijabarkan perbandingan pendapatan mereka, yakni saat belum mengalami penataan, pendapatan pedagang cukup untuk biaya kehidupan sehari-hari, sedangkan setelah berpindah ke Lenggang Jakarta, pendapatan yang diterima pedagang habis untuk ongkos transportasi mereka saja.

*Kedua*, peraturan pemotongan 30% untuk penjualan setiap menu dikarenakan adanya hutang retribusi pedagang yang belum terbayar, jika harga satu menu bernilai Rp30.000,00 akan dipotong sekitar 30% dari harga jual menu tersebut. Harga menu yang akan diperdagangkan dilakukan berdasarkan kesepakatan pengelola dan pedagang, dalam hal ini pedagang menurunkan harga menu yang dijual dengan syarat melaporkan pemotongan harga tersebut kepada pihak pengelola. Produk-produk kuliner yang akan diperdagangkan, pedagang mendapatkan penentuan penjualan tersebut oleh pihak agen terkait, khususnya pengelola Lenggang Jakarta. Terkait

---

<sup>195</sup> M. Jacky, *Sosiologi: Konsep, Teori, dan Metode*. (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015), hlm. 183.

peraturan ini, pemotongan secara otomatis dilakukan dikarenakan pembayaran dilakukan melalui sistem *cashless* dengan menggunakan *e-money*, cara pembayaran dilakukan dengan menempelkan kartu *e-money* yang tersedia di mesin EDC yang sudah disediakan. Pedagang menyatakan penentuan pihak tersebut dilakukan oleh pengelola, kemudian pemotongan resminya hanya dikenakan 15% kepada pedagang per menu penjualan kuliner dan pembayaran retribusi sesuai jenis kios pedagang. Sedangkan pedagang non-Kuliner membayar biaya sewa kios per bulan dan retribusi per hari sesuai jenis kiosnya.

*Ketiga*, peraturan untuk menggunakan bahan-bahan makanan yang sudah ditentukan. Setiap penggunaan bahan-bahan makanan yang digunakan oleh pedagang, akan mendapatkan pengawasan dari pihak pengelola dan agen terkait lainnya, dimana pedagang yang berjualan di dalam area Lenggang Jakarta hanya diperkenankan menggunakan bahan-bahan masakan yang bersih, sehat, dan aman bagi konsumen. Bahan-bahan makanan yang sudah busuk tidak boleh dipergunakan lagi dan tidak diperkenankan untuk menggunakan zat-zat kimia berbahaya di dalam bahan makanan yang akan digunakan, seperti *borax*, *formalin*, *rhodamin* dan lain sebagainya untuk mengantisipasi hal-hal tersebut, pihak pengelola mengadakan pengontrolan kepada pedagang-pedagang kuliner di Lenggang Jakarta.

Selain pihak pengelola, pihak agen terkait lainnya juga melakukan *monitoring*, seperti halnya BPOM yang akan dikerjasamakan untuk melakukan pengawasan minimal dua bulan sekali, dan untuk pengawasan dari BPOM dikerjasamakan juga dengan agen terkait serta dalam hal praktik pengawasan



dilakukan tanpa adanya pemberitahuan terlebih dahulu kepada para pedagang, pihak BPOM mengambil setiap sampel bahan makanan yang digunakan oleh semua pedagang kuliner. Jika dalam tahap peraturan ini ada pedagang yang melanggar, pedagang tersebut akan mendapatkan surat peringatan dan sanksi jika masih menggunakan bahan makanan yang terbukti berbahaya tersebut.

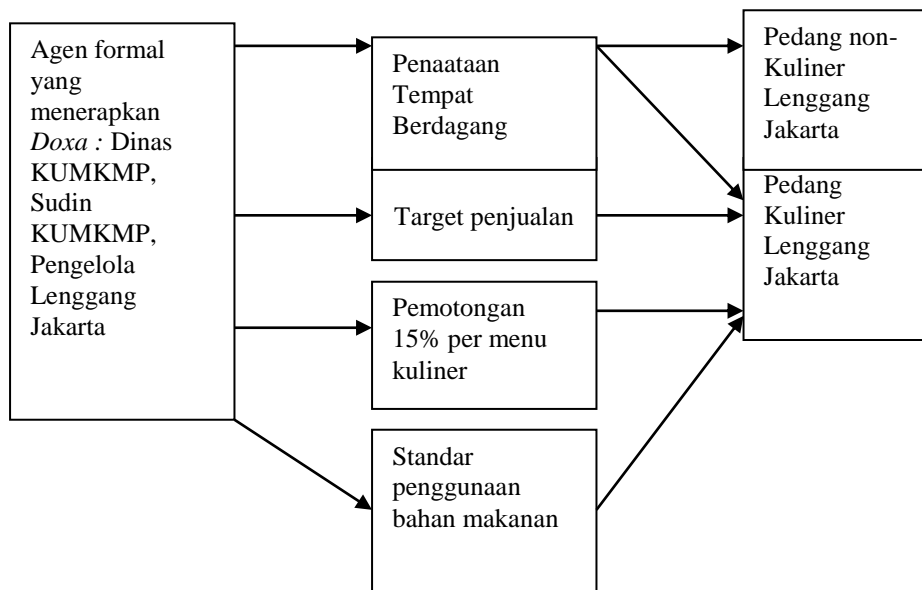
Berdasarkan penjabaran peraturan-peraturan di atas, pedagang dalam hal ini didominasi oleh agen yang turut terlibat dalam perencanaan pembangunan Lenggang Jakarta. Posisi pedagang saat ini sebagai kelas minoritas yang tidak bisa bertindak apa-apa dikarenakan keterbatasan *skill* dan tempat berdagang mereka. Hal tersebut menunjukkan bahwa keterbatasan yang mereka sadari tersebut membuat mereka mengikuti berbagai peraturan yang tersedia dengan harapan mereka bisa berdagang dengan aman dan tidak perlu menghindari Satpol PP pada saat mengadakan razia dan memiliki usaha daripada menjadi pengangguran. Setiap peraturan yang diterapkan, pedagang Lenggang Jakarta berusaha mengikutinya dan dibantu juga dengan keahlian berdagang mereka.

Sementara itu, semenjak dibangunnya area Lenggang Jakarta, terbagi menjadi dua kategori yakni, pedagang resmi dan pedagang tidak resmi. Adapun mereka menginginkan posisi yang resmi, sebagaimana menjadi pedagang di lingkungan Lenggang Jakarta, akan memiliki status sebagai pedagang resmi di area IRTI Monas, sedangkan bagi pedagang yang tidak terdata menjadi pedagang Lenggang Jakarta dan mencoba berjualan di sekitar area tersebut disebut sebagai pedagang tidak resmi.

“Sekarang ga kayak dulu, pernah 3 hari ga dapet pelaris, kemarin saya aja dapat 2 piring hanya sabtu-minggu aja rame. Kalau pake gerobak itu rame, sekarang kan pake *e-money* jadi bingung. Yang ga biasa kan ga tau”<sup>196</sup>

“Iya 30% udah termasuk kebersihan juga. Kalau saya itu terima beresnya aja. Kita terimanya 20 itu 14 ribu. Modal itu dari kita, jadi untungnya berapa, kita ga tau lah, kita usaha gitu aja, daripada kita jadi orang pengangguran kan ga enak juga”<sup>197</sup>

#### Skema IV.6 Penerapan *Doxa* oleh Agen Formal ke Agen Informal



Sumber: Dinas KUMKMP, Sudin KUMKMP, Pedagang (April, 2016)

Pada tabel IV.1 terdapat perbedaan strategi *Doxa* yang dikembangkan oleh Negara maju dalam mengelola pedagang kaki lima, salah satunya adalah Amerika, memiliki perbedaan dengan pengelolaan di Lenggang Jakarta. Negara tersebut mengizinkan adanya PKL dengan menerapkan berbagai kebijakan persyaratan dan pengawasan yang ketat terkait keberadaan PKL, yakni adanya kebijakan bahwa pedagang yang ingin berprofesi menjadi pedagang kaki lima, diharuskan membuat

<sup>196</sup> Wawancara mendalam dengan “K”

<sup>197</sup> Wawancara mendalam dengan “K”

perijinan terlebih dahulu ke departemen terkait. Perijinan yang dikeluarkan tersebut juga dibatasi pada setiap beberapa tahun, tujuan adanya pembatasan ini ialah untuk mengontrol laju pertumbuhan pedagang yang mayoritas berasal dari kaum urban. Pedagang yang tidak memiliki ijin akan diberikan sanksi larangan berdagang di lokasi tujuan.

Kebijakan lainnya ialah, diterapkan juga area yang diijinkan berdagang atau yang tidak diijinkan berdagang, tidak semua lokasi bisa digunakan untuk berdagang, adanya kebijakan ini untuk mengontrol ketertiban yang sudah terbentuk sehingga kenyamanan dapat dirasakan. Penerapan *Doxa* lainnya setiap pedagang yang ada di New York juga memerlukan lisensi untuk berdagang dan memenuhi beberapa persyaratan dari departemen kesehatan bagi pedagang yang akan menjual makanan<sup>198</sup>. Persyaratan tersebut antara lain penggunaan bahan-bahan makanan yang sudah menjadi standar departemen kesehatan terkait namun pedagang yang sudah bisa berjualan dan mendapatkn izin berdagang, diharuskan mengikuti cara berbisnis masyarakat Amerika, yakni memiliki waktu operasional yang khusus dan praktik tawar-menawar sudah dianggap kuno bagi masyarakat setempat sehingga sudah tidak digunakan lagi. Berbeda dengan Negara Jerman yang menerapkan kebijakan untuk memiliki sertifikasi jika ingin membangun usaha di bidang tertentu.

Perbedaan penerapan *doxa* bertujuan melihat dominasi yang diakibatkan oleh *doxa* kepada pedagang Lenggang Jakarta. Perbedaan *doxa* yang diterapkan di Negara maju cenderung memaksimalkan kebebasan dalam praktik berdagang dengan

---

<sup>198</sup> Data diperoleh [streetvendor.org/faq](http://streetvendor.org/faq). Diakses pada tanggal 13 September 2016, pukul 13.10 WIB.

peraturan-peraturan yang memiliki sanksi tegas sehingga setiap peraturan berjalan secara teratur. Contoh negara yang memiliki peraturan yang cukup ketat bagi pedagang kaki lima lainnya adalah Singapura, Negara ini didaulat sebagai salah satu negara dengan PKL paling aman di dunia karena aturan pemerintah yang cukup ketat tentang lokasi dan kebersihan.<sup>199</sup> Perbedaan tersebut seharusnya bisa menjadi salah satu contoh penataan pedagang kaki lima sehingga bisa menjadi masukan dalam menata pedagang kaki lima.

*“the city’s new pushcart markets were regulated to minimize “old-world” methods in favor of modern, “American” business practices. For example, even though many customers were observant Jews for whom Saturday was the Sabbath, markets were kept open on Saturdays but officially closed on Sundays. Hagglng, seen as an old-world practice, was banned”*<sup>200</sup>

**Tabel IV.1**  
**Perbedaan Penerapan *Doxa* Lenggang Jakarta dengan *Doxa* Negara Maju**

No.	Lenggang Jakarta	Negara maju
1.	Penentuan target penjualan per bulan	Tidak ada penentuan target
2.	Pemotongan 15% untuk setiap menu makanan yang dijual	Tidak ada pemotongan 15%
3.	Ijin berdagang diberikan selama menempati lokasi Lenggang Jakarta	Adanya pembatasan pengeluaran ijin berdagang dan diberlakukannya sistem memperbarui ijin tersebut
4.	Kurang tegasnya penerapan sanksi bagi pedagang yang tidak memiliki ijin berdagang	Adanya sanksi tegas bagi pedagang yang tidak memiliki ijin
5.	Penentuan lokasi dagang hanya bagi pedagang kaki lima yang sudah terverifikasi dan juga sudah memenuhi kuota tempat yang disediakan di Lenggang Jakarta	Penentuan lokasi diberlakukan bagi semua pedagang kaki lima
6.	Menu penjualan mengikuti <i>trend habitus</i> pengelola dan diawasi oleh BPOM	Menu penjualan disesuaikan berdasarkan <i>trend</i> dan ide variatif pedagang dan adanya pengawasan oleh pihak pangan

Sumber: Data Primer, *The Pushcart Fund*, dan *Sosial Research Journal* (Mei, 2016)

<sup>199</sup> Data diperoleh travel.kompas.com/read/2016/12/18/190100527/11. Diakses pada tanggal 19 Desember 2016, pukul 09.01 WIB.

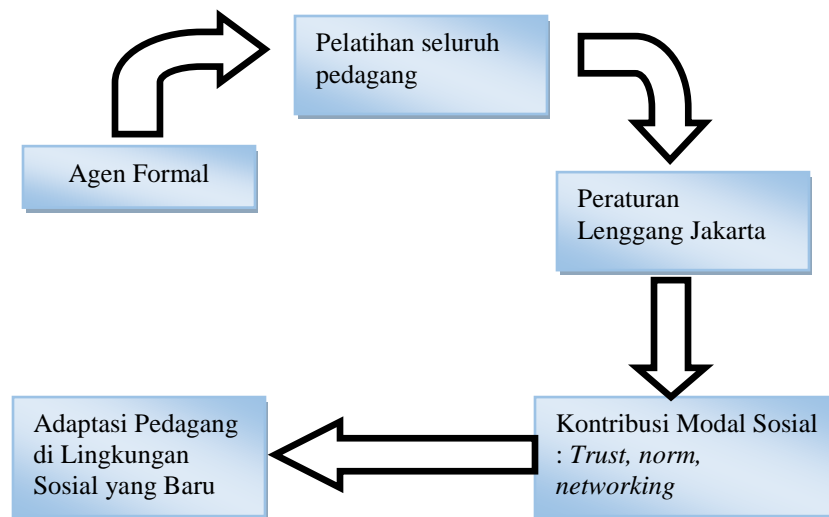
<sup>200</sup> Sean Basinski, *Hot Dogs, Hipsters, and Xenophobia: Immigrant Street Food Vendors in New York*, dalam *Sosial Research Journal*, Vol. 81 No. 2 (Summer, 2014), hlm 398.

#### **4.6 Keterbatasan Penerapan Strategi *Heterodoxy* Pedagang Lenggang Jakarta**

Pedagang di lenggang Jakarta dalam berdaptasi dengan lingkungan sosial yang baru juga dibantu dengan kontribusi modal sosial mereka, seperti *trust*, *norm*, *networking*. Deskripsi modal sosial tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut : *Pertama*, terkait *trust* pedagang Lenggang Jakarta dilatih pelatihan memasak, dimana pelatihan tersebut diharapkan dapat meningkatkan citra pedagang di mata konsumen. Pedagang tersebut mendapatkan pelatihan dari pihak swasta secara gratis dan pihak tersebut pun melibatkan *Chef* Ragil untuk melatih pedagang-pedagang yang sudah terdata untuk menempati Lenggang Jakarta.

*Kedua*, terkait *norm*, pedagang Lenggang Jakarta diterapkan peraturan-peraturan yang berasal dari agen terkait, seperti target penjualan setiap bulan. Target pencapaian ini tidak berhasil dipenuhi oleh pedagang dikarenakan minimnya pemasukan pedagang Lenggang Jakarta. *Ketiga*, terkait *networking* untuk memenuhi kebutuhan bahan-bahan makanan, terbentuk suatu jaringan pedagang Lenggang Jakarta dengan pengelola dan distributor langganan pedagang tersebut, kemudian terkait penempatan kios di Lenggang Jakarta, pedagang ada yang memiliki kios berbeda jenis yang dimiliki oleh stau keluarga, seperti pedagang kuliner juga ada yang memiliki kios non-Kuliner di Lenggang Jakarta. Mereka mengajak serta kerabat terdekatnya untuk ikut berjualan di Lenggang Jakarta. (Lihat Skema IV.7)

**Skema IV.7**  
**Alur Kontribusi Modal Sosial Pedagang Lenggang Jakarta**



Sumber: Dinas KUMKMP, Sudin KUMKMP, Pedagang (Maret, 2016)

Pedagang Lenggang Jakarta yang mengalami perubahan lokasi sosial mereka ke Lenggang Jakarta, membutuhkan strategi tertentu untuk beradaptasi di lingkungan yang baru tersebut. Setiap pedagang ada yang menerapkan strategi dan ada juga hanya mengikuti peraturan di Lenggang Jakarta. *Pertama*, Beberapa pedagang menerapkan strategi dalam menyesuaikan sistem pembayaran yang berlaku di Lenggang Jakarta, hal tersebut dikarenakan pedagang mendapati konsumen yang berbelanja mengeluhkan sistem pembayaran disana. Pedagang tersebut menyediakan kartu *e-money* pribadi, kemudian jika konsumen yang akan membeli tidak memiliki *e-money* atau kurang memahami penggunaan *e-money*. Konsumen hanya memberikan uang tunai kepada pedagang dan transaksi pembayaran menggunakan *e-money* yang disediakan oleh pedagang.

*Kedua*, pedagang memiliki strategi dalam penggunaan bahan-bahan makanan, mereka membatasi penggunaan bahan-bahan tersebut untuk mencegah ketidakmampuan balik modal, pedagang mengakui bahan-bahan makanan yang digunakan hanya sedikit-sedikit. Dalam belanja bahan-bahan makanan tersebut, pedagang menggunakan modal sendiri tanpa adanya campur tangan dari agen terkait.

*Ketiga*, terciptanya relasi kotak-kotak di setiap blok, relasi tersebut merupakan salah satu strategi berdagang yang dibentuk berdasarkan kesepakatan pedagang intern. Hal yang dimaksud dalam relasi kotak-kotak ini adalah penentuan tempat bagi konsumen. Jika konsumen belanja makanan di blok A, dan membeli minuman di Blok B, pedagang tersebut merasa terbentuknya pembatas antara blok satu dengan blok yang lain mengakibatkan konsumen tidak bisa leluasa duduk di ruang terbuka, kecuali di area yang terdapat atap di atasnya (area yang dimaksud terdapat pada Gambar IV.1 nomor 4). Strategi-strategi yang diterapkan tersebut tidak diterapkan oleh semua pedagang, hal tersebut sebagai trik-trik yang dimiliki oleh setiap individu agar memiliki dampak terhadap *income* sehari-hari, namun adanya strategi tersebut ternyata tidak cukup jika belum kuatnya teknik-teknik agen formal dalam menambah konsumen.

#### **4.7 Perbandingan Penerapan Strategi *Heterodoxy* Agen Formal dalam Menata Pedagang Kaki Lima**

Pentingnya pertimbangan dalam aspek strategi pasar yang diterapkan oleh berbagai agen sangat memiliki dampak bagi pedagang, namun sejauh ini, agen menyatakan bahwa harga yang diterapkan sudah termasuk wajar dikarenakan sudah adanya keterlibatan BPOM untuk melakukan pengujian makanan minimal 2 bulan sekali, namun konsumen yang berbelanja di Lenggang Jakarta lebih memperhatikan fasilitas yang disediakan seperti ketersediaan wi-fi, televisi, *banner* promosi, segi penataan kios, menu dan porsi makanan. Konsumen berpendapat bahwa dengan fasilitas yang menurut mereka minim, mereka lebih baik membeli diluar atau tempat makan langganan mereka, kemudian porsi makanan yang disediakan juga sama dengan pedagang kaki lima diluar.

Aspek perbandingan harga yang mayoritas terlampau jauh dengan harga pedagang di luar Lenggang Jakarta, khususnya dengan pedagang kaki lima lokasi lain dengan menu yang sama (Lihat Tabel III.1 Perbandingan Harga Makanan dan Minuman). Kurangnya strategi yang diterapkan dalam aspek penentuan harga, promosi, ataupun aspek sarana yang disediakan bagi konsumen. Beberapa konsumen menyebutkan harga yang tertera cukup mahal dibandingkan dengan pedagang di lokasi lainnya dengan menu yang sama. Konsumen pun membandingkan harga Lenggang Jakarta dengan harga pedagang yang biasa dibeli dan hal tersebut menyatakan cita rasa yang pada umumnya sama, sedangkan konsumen lainnya menyatakan rasanya cukup enak dan porsi yang disajikan sama dengan pedagang kaki



lima lain, serta harga yang ditawarkan lebih murah, kemudian menurut konsumen fasilitas yang tersedia kurang memadai seperti wi-fi, televisi, dan teknik promosi yang kurang berdampak agar minat konsumen dalam berbelanja di Lenggang Jakarta bisa bertambah. Wifi yang disediakan mengharuskan konsumen untuk membayar lagi dan kurangnya jumlah televisi yang tersedia. Konsumen menyatakan fasilitas wifi sebaiknya dijadikan satu dengan harga makanan, penyediaan televisi yang kurang sehingga saat makan, konsumen tidak bisa sekaligus menyaksikan hiburan.

Agen yang terlibat dalam Program Lenggang Jakarta seperti pihak Pemerintah DKI Jakarta dan pihak swasta merencanakan berbagai strategi yang sekiranya cukup menarik konsumen, baik dari fasilitas, hiburan, ataupun kegiatan lainnya. Perencanaan tersebut tentunya juga berdasarkan kesepakatan pihak-pihak yang terlibat didalamnya. Strategi dari segi fasilitas seperti penyediaan Televisi di area tertentu, penyediaan pendopo yang bisa digunakan untuk umum, penyediaan wifi. Penyediaan fasilitas ini sesungguhnya kurang memadai dilihat dari jumlah, seperti penyediaan televisi yang hanya di titik tertentu. Penyajian hiburan bagi konsumen menjadi terbatas dan konsumen pun mengeluhkan terkait fasilitas ini, televisi yang disediakan beberapa ada yang hanya dipajang tanpa dinyalakan sehingga tidak ada hiburan dari televisi jika konsumen berbelanja makanan disana, sehingga situasi yang dihadapi konsumen cenderung monoton.

Selain strategi *heterodoxy* diatas, terdapat strategi lain yang diterapkan pengelola, yakni penempatan berbagai hiburan yang sekiranya dapat menarik konsumen, seperti berbagai hiburan anak-anak, penempatan patung-patungan, dan

pengadaan acara musik band indie, penempatan hiburan mainan anak dan penempatan pertunjukan kostum patung yang memperbolehkan konsumen untuk berfoto bersama, strategi ini bertujuan untuk membantu pemasaran bagi pedagang sehingga program Lenggang Jakarta akan berjalan lancar dan tercapainya goal peningkatan kesejahteraan pedagang. Strategi yang diterapkan ini memang cukup menarik konsumen ke Lenggang Jakarta tapi tidak cukup menambah pendapatan pedagang secara signifikan. Berdasarkan realita yang terjadi, pedagang menuturkan bahwa cara tersebut tidak berdampak besar terhadap penjualan pedagang sehari-hari. (Lihat Gambar IV.2 Penempatan Hiburan bagi Konsumen Lenggang Jakarta).

Hiburan yang disediakan bagi pengunjung di Lenggang Jakarta di Monas, juga harus melihat konteks bahwa Monas sendiri merupakan wisata yang murah-meriah, dalam artian pengunjung yang sering ke monas lebih ke segmentasi kelas sosial menengah ke bawah. Sehingga, dalam hal penyediaan hiburan, alangkah baiknya disediakan panggung dan *sound system* secara gratis. Komunitas-komunitas seni bisa menggunakan sarana dan prasarana tersebut dan itu bisa menarik konsumen dengan adanya pertunjukan tersebut.

“Pemerintah bisa juga sediain panggung dan *sound system*, jadi komunitas-komunitas bisa pentas disitu. Ga usah dipungut bayaran setiap orang mau pentas, kan banyak tuh nanti yang nonton, itu hiburan rakyat, tapi disediakan juga petugas yang mengatur jadwal pentasnya, biar ga bentrok.”<sup>201</sup>

---

<sup>201</sup> Wawancara dengan Yuanita Aprilandini, M.Si, pada hari Kamis 12 Januari 2017, pukul 14.00 WIB.

**Gambar IV.2**  
**Penempatan Hiburan bagi Pengunjung Lenggang Jakarta**



Sumber: Dokumentasi Pribadi (Mei, 2016)

Penerapan *Doxa* juga diiringi penerapan berbagai strategi *heterodoxy*, adapun strategi *heterodoxy* bertujuan untuk membantu pedagang dalam menjalankan aktifitasnya sehingga dapat mengembangkan penjualan dan berpeluang menambah penghasilan mereka. Selain di Lenggang Jakarta, penerapan strategi ini juga dilakukan oleh negara-negara maju, salah satunya adalah Amerika, mempraktikkan beberapa kebijakan bagi pedagang yang 90% berasal dari kaum pendatang. Strategi tersebut yakni dengan memodernisasikan pedagang dan mengubah lokasi dagang mereka yang dipraktikkan pada tahun 1886.

Berdasarkan praktik tersebut dikembangkan berbagai program bagi pedagang kaki lima, yakni memberikan pinjaman modal untuk pedagang, New York terdapat sebuah lembaga *The Pushcart Fund* yang turut menyediakan pinjaman bagi pedagang yang membutuhkan. Lembaga tersebut terbentuk berdasarkan kolaborasi antara *Street Vendor Project*, *Vendor Organization*, dan *Business Center for New Americans*, organisasi pedagang ini dibuat untuk mendukung pedagang yang ingin berjualan di lokasi yang tepat dan juga membantu dalam hal penyediaan pinjaman,

dalam hal ini lokasi memiliki aspek yang penting karena akan berpengaruh pada pendapatan pedagang setiap harinya, selain aspek pendapatan, lokasi juga menentukan keberlangsungan pedagang dalam menjajakan dagangannya, sangat penting untuk mengetahui apakah lokasi tujuan tersebut memiliki akses ijin berdagang atau tidak. Organisasi ini juga mengadakan pelatihan bagi pedagang secara rutin dan pedagang diberikan kebebasan untuk mengikuti pelatihan tersebut. Lihat Tabel IV.2 Perbandingan *Heterodoxy* Lenggang Jakarta dengan Negara Maju.

*“Then, in 1886, four pushcart vendors established permanent locations on Hester Street, on the Lower East Side, thereby becoming the first modern, fixed-location street vendors....”<sup>202</sup>*

**Tabel IV.2**  
**Perbandingan *Heterodoxy* Lenggang Jakarta dengan Negara Maju**

No.	<i>Heterodoxy</i> Lenggang Jakarta	<i>Heterodoxy</i> Negara Maju
1.	Adanya penyediaan bantuan kredit dari bank tertentu.	Adanya bantuan penyediaan kredit dari organisasi khusus pedagang.
2.	Adanya penyediaan hiburan anak-anak (Gambar IV.2)	Tidak adanya penyediaan hiburan.
3.	Pedagang berada dibawah pengawasan secara langsung oleh pengelola Lenggang Jakarta, minimnya pengetahuan pedagang terkait keberadaan organisasi pedagang, pedagang terikat dengan peraturan-peraturan yang merupakan kolaborasi anatara pihak pemerintah dan pihak swasta.	Pedagang bersifat mandiri dan tidak berada dibawah pihak swasta. Pengaturan pedagang yang diberlakukan terkait ijin berdagang, penentuan lokasi dagang, dan standar penggunaan bahan-bahan makanan. Terdapat organisasi <i>The Pushcart Fund</i> (kolaborasi antara <i>Street Vendor Project</i> , <i>Vendor Organization</i> , dan <i>Business Center for New Americans</i> ), Mayoritas pedagang mengetahui adanya organisasi ini.
4.	Pelatihan yang diberikan ditentukan dalam kurun waktu dua bulan dan pedagang wajib ikut serta.	Adanya pelaksanaan pelatihan secara rutin bagi pedagang dan pedagang bebas memilih pelatihan yang diselenggarakan.
5.	Penyediaan fasilitas Lenggang Jakarta dilakukan oleh pihak swasta dan pemasaran lokasi berada di bawah pengelola Lenggang	Pedagang mengusahakan failitas berdagang secara mandiri, namun pedagang dapat menghubungi organisasi <i>The Pushcart Fund</i>

<sup>202</sup> *Ibid.*, hlm 397.

No.	<i>Heterodoxy</i> Lenggang Jakarta	<i>Heterodoxy</i> Negara Maju
	Jakarta.	dalam penyediaan fasilitas tambahan seperti pemasaran produk.

Sumber: Data Primer, *The Pushcart Fund*, dan *Sosial Research Journals*. (Mei, 2016)

#### 4.8 Penutup

Perencanaan program Lenggang Jakarta yang hanya melibatkan pihak-pihak agen tertentu saja membuat kurang maksimalnya keberlangsungan program di lapangan. Tujuan program yang ingin mensejahterakan pedagang melalui program penataan Lenggang Jakarta ini belum dirasakan oleh pedagang, hal tersebut dapat dilihat berdasarkan pendapatan yang diperoleh pedagang setelah menempati Lenggang Jakarta, beberapa pedagang mengeluhkan pendapatan mereka menurun dan mereka tidak bisa mencapai target penjualan yang sudah ditentukan yakni Rp5.000.000,00 per bulan (Lihat Gambar III.3 Pengumuman Target Penjualan Per Bulan).

Sistem pembayaran yang ditentukan tidak semuanya bisa dipatuhi oleh pedagang dan beberapa pedagang yang memiliki teknik-teknik tertentu untuk memudahkan konsumen dalam bertransaksi menggunakan *e-money* kurang berdampak signifikan terhadap kenaikan pendapatan mereka sehari-hari. Relasi ambiguitas yang terjadi antara Satpol PP dengan pedagang tidak resmi memiliki dampak terhadap pedagang Lenggang Jakarta. Posisi yang didapatkan pedagang tidak resmi tersebut merupakan hasil dari relasi ambiguitas tersebut. Sebelum dipindahkan ke Lenggang Jakarta, *Habitus* pedagang yang sudah menjual makanan membantu

pedagang dalam menyelesaikan pelatihan dan pengujian yang diadakan. Pedagang mengakui bahwa mereka memiliki pengetahuan yang kurang sehingga mereka butuh untuk dilatih, pelatihan tersebut ditujukan untuk meningkatkan kualitas pedagang kaki lima dari yang memiliki citra negatif yakni mengelola bahan makanan yang “asal” menjadi memiliki citra positif di masyarakat dengan pengelolaan bahan makanan yang bersih, higienis, dan mendapatkan pengawasan langsung dari BPOM, namun aspek pelatihan tersebut belum dapat membantu peningkatan pendapatan pedagang di Lenggang Jakarta dikarenakan konsumen juga mempertimbangkan dari sisi harga, porsi yang disajikan, fasilitas yang disediakan, sistem pembayaran, dan pelayanan yang diberikan menjadi bahan pertimbangan dari konsumen untuk berbelanja di Lenggang Jakarta.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Program penataan Pedagang Kaki Lima yang diberi nama Lenggang Jakarta yang berada di IRTI Monas merupakan lokasi kuliner dan non-Kuliner yang didirikan dengan tujuan menata pedagang kaki lima di lokasi tersebut dan mensejahterakan pedagang. Pedagang tersebut didata, diverifikasi, dan diundi untuk menempati kios di lokasi yang sudah disediakan. Perubahan Arena yang terjadi diikuti juga dengan perubahan relasi antara agen formal dan informal di dalamnya, yakni: *Pertama*, relasi antar pedagang dan konsumen (relasi ini juga berakibat kehilangan pelanggan dan menurunnya pendapatan pedagang); *Kedua*, relasi antara pedagang dengan satpol pp (disini satpol pp berfungsi untuk mentertibkan pedagang tidak resmi, namun pada realitanya terdapat oknum yang menjadi penyebab masih adanya pedagang tidak resmi tersebut).

*Ketiga*, relasi antara pedagang (antara pedagang memiliki hubungan yang didasari suku atau kesamaan profesi, sehingga antara pedagang saling membuat kesepakatan untuk bertahan di arena masing-masing); *Keempat*, relasi antara pedagang dengan pengelola, serta pemerintah (terjadi relasi yang menimbulkan pertentangan dikarenakan kurang tertanggapinya berbagai aspirasi pedagang tentang kondisi Lenggang Jakarta), kemudian adanya dominasi melalui struktur peraturan

yang diterapkan membuat pedagang harus menyesuaikan strategi mereka di Arena Lenggang Jakarta.

## **5.2 Saran**

Penerapan suatu program diharapkan dapat melihat jenis lokasi yang dituju, apakah lokasi termasuk kategori wisata untuk segmentasi kelas bawah atau hanya kelas menengah-atas. Seyogyanya, berbagai aspek lebih diperhatikan, baik itu dari sisi pedagang selaku agen informal, konsumen, dan juga agen formal, sehingga ada kolaborasi yang tercipta untuk tercapainya tujuan program. Pertimbangan berbagai aspek tersebut sangat penting mengingat tingginya persaingan yang terjadi saat ini, seperti pertimbangan aspek dari sisi konsumen, aspek pedagang, dan aspek lokasi yang menjadi fokus kegiatan pengunjung Monas, kemudian penerapan peraturan sebaiknya memperhatikan kondisi lapangan. Dalam hal pengawasan, agen formal diharapkan memberikan solusi bagi pedagang tidak resmi yang masih ada di lingkungan Lenggang Jakarta.



## DAFTAR PUSTAKA

### **Buku :**

- Afrizal. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam berbagai Disiplin Ilmu*. Depok: Raja Grafindo.
- Damsar. (2009). *Pengantar Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Djunaedi, Achmad. (2012). *Proses Perencanaan Wilayah dan Kota*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Haryatmoko. (2015). *Membongkar Rezim Kepastian: Pemikiran Kritis Post-Strukturalis*. Yogyakarta: Boekoe Tjap Petroek.
- Herdiansyah, Haris. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Jacky, M. (2015). *Sosiologi: Konsep, Teori, dan Metode*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Jamaludin, Adon Nasrullah. (2015). *Sosiologi Perkotaan*. Bandung: Pustaka Setia.
- John W. Creswell. (2016). *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Lash, Scott. (2004). *Sosiologi Post Modernisme*. Yogyakarta: Kanisius
- Lubis, Akhyar Yusuf. (2014). *Postmodernisme: Teori dan Metode*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Martono, Nanang. (2015). *Metode Penelitian Sosial: Konsep-Konsep Kunci*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Mutahir, Arizal. (2011). *Intelektual Kolektif Pierre Bourdieu*. Bantul: Kreasi Wacana.
- Ritzer, George. (2014). *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta : Kencana.
- Robbins, Stephen P dan Timothy. A. Judge. (2015). *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Santosa, Iman. (2011). *Sosiologi: The Key Concepts*. Jakarta: Raja Grafindo.

Sarwono, Jonathan. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Setiadi, Elly M dan Usman Kolip. (2011). *Pengantar Sosiologi*. Jakarta: Kencana Prenadamia Group.

**Jurnal, Tesis, dan Hasil Penelitian Lain:**

Basinki, Sean. (2014). *Hot Dogs, Hipsters, and Xenophobia: Immigrant Street Food Vendors in New York*.

Handoyono, Eko. (2013). *Jurnal Komunitas: Kontribusi Modal Sosial Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Pedagang Kaki Lima Pascarelokasi*. Semarang: Universitas Negeri Semarang.

Prahadisasongo, Dimas Tiko. (2012). *Penataan Pedagang Kaki Lima di Kawasan Pasar Anyar Kota Bogor dan Upaya Pemasaran Sosial*. Tesis, Depok, Departemen Ilmu Kesejahteraan Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia.

Sinaga, Suryantika. (2004). *Dampak Sosial Kebijakan PEMDA DKI Jakarta tentang Relokasi Pedagang Kaki Lima di Lokasi Binaan. Studi Kasus di Lokasi Binaan Palmerah, Jakarta Pusat*. Tesis, Depok, Departemen Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia.

Sulistio, Eko Budi. (2012). *International Journal of Administrative Science & Organization: Analysis and Policy Design of Street Vendors Management in Bandar Lampung*.

**Regulasi:**

Instruksi Gubernur Nomor 170 Tahun 2014 tentang Pendataan PKL.

Peraturan Daerah Provinsi DKI Jakarta Nomor 1 Tahun 2012 mengenai Rencana Tata Ruang dan Wilayah Tahun 2030.

Peraturan Gubernur Nomor 10 Tahun 2015 tentang Penataan dan Pemberdayaan Kaki Lima.

Peraturan Gubernur Tahun 2010 tentang Ketertiban Umum.

Perda Nomor 1 Tahun 2012 mengenai Rencana Tata Ruang dan Wilayah Tahun 2030 dalam Jakarta

**Sumber Lainnya:**

[detik.com](http://detik.com)

[kompas.com](http://kompas.com)

[m.tempo.co](http://m.tempo.co)

[metro.sindonews.com](http://metro.sindonews.com)

[streetvendor.org/faq](http://streetvendor.org/faq)

[www.beritajakarta.com](http://www.beritajakarta.com)

[www.beritasatu.com](http://www.beritasatu.com)

[www.news.liputan6.com](http://www.news.liputan6.com)

[www.solopos.com](http://www.solopos.com)

[www.wartakota.tribunnews.com](http://www.wartakota.tribunnews.com)



Bab	Indikator	Teknik Primer					Teknik Sekunder				
		P	WM	WSL	B	S	R T/ R W	K	B P S	BK/ M-K	I
	1.7.6 Informan Penelitian									✓	
	1.7.7 Sistematika Penulisan									✓	
<b>II</b>	<b>PROGRAM LEGGANG JAKARTA SEBAGAI SOLUSI PENERTIBAN PKL IRTI MONAS</b>										
	2.1. Pengantar	✓	✓	✓						✓	
	2.2 Latar Belakang Kebijakan		✓							✓	✓
	2.3 Sosialisasi terkait Rencana Implementasi Program Lenggang Jakarta	✓	✓	✓		✓				✓	✓
	2.4. Penyusunan Perencanaan		✓			✓				✓	
	2.5. Pemilihan Lokasi dan Pihak yang bekerjasama		✓			✓				✓	
	2.6 Proses Pra-Penerapan Program		✓	✓						✓	
	2.6.1 Lokasi Awal	✓	✓							✓	✓
	2.6.2 Proses Pendaftaran dan Verifikasi		✓			✓				✓	✓
	2.6.3 Proses Pemberdayaan Pedagang		✓			✓				✓	✓
	2.7 Proses Implementasi	✓	✓			✓				✓	✓

Bab	Indikator	Teknik Primer					Teknik Sekunder				
		P	WM	WSL	B	S	R T/ R W	K	B P S	BK/ M-K	I
	Program										
	2.7.1 Proses Pembongkaran		✓	✓						✓	✓
	2.7.2 Proses <i>launching</i> dan Pegundian Kios		✓	✓						✓	✓
	2.8 Profil Lenggang Jakarta	✓	✓	✓		✓				✓	✓
	2.9 Penutup	✓	✓	✓		✓				✓	✓
<b>III</b>	<b>PERUBAHAN RELASI SOSIAL MELALUI PROGRAM LENGGANG JAKARTA</b>										
	3.1 Pengantar	✓	✓	✓		✓				✓	✓
	3.2 Lenggang Jakarta sebagai <i>Field</i>	✓	✓	✓		✓				✓	
	3.3 Peran Pemangku Kepentingan dalam Perencanaan Program	✓	✓	✓		✓				✓	
	3.4 Relasi antara Agen Sosial di Lenggang Jakarta	✓	✓	✓		✓				✓	
	3.4.1 Relasi Makro antara Pedagang dengan Satpol PP	✓	✓	✓		✓				✓	
	3.4.2 Relasi Makro antara Pedagang Dengan	✓	✓			✓				✓	

Bab	Indikator	Teknik Primer					Teknik Sekunder				
		P	WM	WSL	B	S	R T/ R W	K	B P S	BK/ M-K	I
	Instansi Pemerintah										
	3.4.3 Relasi Sosial Meso (Pedagang dengan Pengelola Lokasi Lenggang Jakarta)	✓	✓	✓		✓				✓	
	3.4.4 Relasi Mikro antar Pedagang	✓	✓	✓						✓	
	3.4.5 Relasi antara Pedagang dengan Konsumen	✓	✓	✓						✓	
	3.5 Struktur Peraturan di Lenggang Jakarta	✓	✓	✓		✓				✓	
	3.5.1 Peraturan Penempatan Pedagang	✓	✓	✓		✓				✓	
	3.5.2 Peraturan Berdagang di Lenggang Jakarta	✓	✓	✓		✓				✓	
	3.5.3 Peraturan Target Penjualan dan Sistem Pembayaran	✓	✓	✓		✓				✓	
	3.5.4 Pengawasan PKL (Pengawasan Makanan dan Lingkungan Lenggang Jakarta)	✓	✓	✓		✓				✓	
	3.5.5 Pengawasan oleh Satpol PP	✓	✓	✓		✓				✓	
	3.6 Penutup	✓	✓	✓		✓				✓	

Bab	Indikator	Teknik Primer					Teknik Sekunder				
		P	WM	WSL	B	S	R T/ R W	K	B P S	BK/ M-K	I
IV	<b>DILEMA PERGESERAN RUANG SOSIAL PEDAGANG</b>	✓	✓	✓		✓					
	4.1. Pengantar	✓	✓	✓						✓	✓
	4.2 Perebutan Ruang antara Pedagang Resmi dengan Pedagang Resmi dan tidak Resmi	✓	✓	✓		✓				✓	
	4.3 Dinamika Kapital sebagai Akar Kekuasaan dalam Arena Lenggang Jakarta	✓	✓	✓						✓	
	4.3.1 Kapital Simbolik dan Kapital Ekonomi	✓	✓	✓						✓	
	4.3.2 Kapital Budaya	✓	✓	✓						✓	
	4.4 Dominasi Agen oleh <i>Doxa</i> di Lenggang Jakarta	✓	✓	✓						✓	
	4.4.1 Perubahan Arena Pedagang menjadi non- Mobilisasi	✓	✓	✓						✓	
	4.4.2 Internalisasi Nilai- Nilai Agen Formal ke Agen Informal	✓	✓	✓						✓	
	4.5 Perbandingan Internalisasi <i>Doxa</i> Agen Formal ke Agen Informal	✓	✓	✓						✓	



Bab	Indikator	Teknik Primer					Teknik Sekunder				
		P	WM	WSL	B	S	RT/RW	K	BPS	BK/M-K	I
	4.6 Keterbatasan Penerapan Strategi <i>Heterodoxy</i> Pedagang Lenggang Jakarta	✓	✓	✓						✓	
	4.7 Perbandingan Penerapan Strategi <i>Heterodoxy</i> Agen Formal dalam Menata Pedagang Kaki Lima	✓	✓	✓						✓	
4.8	Penutup	✓	✓	✓						✓	
<b>V</b>	<b>PENUTUP</b>	✓	✓	✓						✓	
	5.1 Kesimpulan	✓	✓	✓						✓	
	5.2 Saran	✓	✓	✓						✓	

P : Pengamatan

RT/RW : Data RT/RW

WM : Wawancara Mendalam

K : Kelurahan

WSL : Wawancara Sambil Lalu

BPS : Badan Pusat Statistik

B : Biografi

BK/M-K : Buku, Majalah, Koran

S : Survei

I : Internet

### INFORMAN WAWANCARA

Nama : “A” (Dinas KUMKMP)

Tanggal Wawancara : 28 Maret 2016 dan 5 April 2016

Waktu Wawancara : 13.32 WIB – 14.19 WIB dan 16.30 WIB – 17.10 WIB

P: Penanya

I: Informan

No.	Percakapan	Taksonomi
1.	<p>P: Bagaimana struktur organisasi dan tugas masing-masing bidang yang khusus menangani PKL?</p> <p>I: Pertama kepala Dinas, strukturnya ada sekretaris dinas, dibawah kepala Dina situ ada tiga bidang dan lima Sudin. Tiga bidang itu kan Bidang Koperasi, Bidang UMKM, Bidang PDN. Terus lima Sudin yakni Koperasi, UMKM,serta Perdagangan di masing-masing lima wilayah kita. Selain itu juga ada Unit Pengelola PIK (Pusat Industri Kecil) di Pulo Gadung, UPT Meterologi, kemudian lalu ada Wasdal (Pengawasan Dalam). Lalu untuk PKL sendiri di bawah bidang UMKM.</p>	Struktur Organisasi Dinas KUMKMP secara Umum
2.	<p>P: Berarti khusus PKL berada di bawah bidang UMKM saja ya pak?</p> <p>I: Iya khusus PKL berarti terkait semua ya. Terkait dengan pengawasan dan monitoring sesuai dengan Pergub 10 Tahun 2015 itu ada di UMKM. Tapi kalau terkait dengan penggunaan bahan makanan, zat-zat yang tidak berbahaya itu kan pemeriksaan dari Badan POM. Badan POM itu di bawah koordinasi bidang Wasdal (Pengawasan Dalam).</p>	Struktur Organisasi yang Menangani PKL
3.	<p>P: Siapa pencetus relokasi PKL ke lenggang Jakarta?</p> <p>I: Step awalnya relokasi Lenggang itu, pertama turun dari wilayah. Tapi yang paling awal itu adalah instruksi langsung gubernur. Jadi, gubernur itu menginginkan penyediaan tempat yang layak bagi PKL, contohnya di IRTI. Pernah kan datang ke IRTI? Dulu kayak gimana? Banyak tenda-tenda terus dagangan ga tau deh pakai bahan makanan yang tidak berbahaya gitu, ga pakai formalin atau ga pakai boraks, rata-rata kan bakso dan mie ayam disitu. Lalu dengan adanya Instruksi Gubernur seperti itu, wilayah dan dinas atau pkl-pkl berkoordinasi kemudian dicari lah model CSR (bantuan dana dari pihak swasta) kemudian baru bentuk</p>	Pencetus Program Relokasi

No.	Percakapan	Taksonomi
	konsep lenggang Jakarta gitu.	
4.	<p>P: Sebelum dipindah ke Lenggang Jakarata, bagaimana bentuk tempat dagangan yang dulu?</p> <p>I: Mereka dagang di tenda. Tenda-tenda yang mereka bangun sendiri dan itu ga ada pengaturan dan hanya berdasarkan Pergub 2010 tentang ketertiban umum. Ketertiban umum ini kan di bawah Satpol PP, mereka yang melakukan pengawasan langsung terhadap para pedagang, gitu.</p>	Gambaran Umum Lokasi Awal
5.	<p>P: Sebelum dipindah ke lenggang Jakarta, PKL dagang di mana saja pak ?</p> <p>I: Konsep pedagang kaki lima itu kan mendekati konsumen, tidak melulu dia ada disitu, apalagi yang pakai gerobak. Rata-rata dulu kan di IRTI pakai gerobak. Ketika memang hari-harinya tidak begitu ramai disitu, ya mungkin dia <i>mobile</i>, nah dengan dibentuknya lenggang Jakarta itu kan mereka terfasilitasi tempat yang permanen dan tidak berpindah-pindah, itu salah satu fungsinya sih agar PKL mendapatkan tempat yang layak dan tidak berpindah-pindah, dia punya usaha di sini, di sana juga, akhirnya PKL ini berkembang dan tidak dapat kita atur dan terlalu banyak. Prinsipnya tiap hari PKL bakal tumbuh sepersekian dari wilayah yang ada.</p>	Lokasi Berdagang PKL pra-Relokasi
6.	<p>P: Bagaimana konsep penempatan kios di Lenggang? Apa setiap suami dan istri diperbolehkan memiliki satu kios sendiri-sendiri?</p> <p>I: Engga boleh. Sebenarnya konsepnya itu kartu keluarga, kita patokannya kartu keluarga. Satu kartu keluarga hanya boleh untuk satu orang yang berdagang di situ, misalkan suami-istri itu ga bisa. Tapi memang ketika dilapangan banyak ditemukan suami-istri tapi kartu keluarganya dipisah, akhirnya mereka terverifikasi bisa menempati di situ. Nah, inilah yang ke depan kita punya program untuk memilah dan memverifikasi lagi orang-orang ini. Ketika sudah ditemukan mereka masih dalam satu keluarga, kan ada alasan pecah KK itu kalau cerai untuk suami-istri atau kalau anak, dia sudah punya keluarga sendiri, sudah mandiri gitu. Kalau misalnya dia pecah dengan tidak ada alasan itu, itu akan kita proses ke depan.</p>	Konsep Kepemilikan Kios di Lenggang Jakarta
7.	<p>P: Apa sanksinya pak?</p> <p>I: Dicabut izin untuk berusaha di lenggang Jakarta.</p> <p>P: Meskipun keduanya memiliki usaha yang berbeda, apakah tetap dikenai sanksi pak?</p>	Sanksi terhadap Kepemilikan Kios yang Tidak Sesuai Peraturan

No.	Percakapan	Taksonomi
	I: Tetap. Karna prisnipnya itu, satu keluarga hanya satu.	
8.	<p>P: Lalu ada prinsip yang lainnya pak?</p> <p>I: Harus berKTP DKI Jakarta itu binaan kita, terus membayar retribusi telah menempati disitu. Membayarkan retribusi untuk penempatan, sarana dan prasarana umum milik pemerintah, itu untuk kios terbuka 3000, kios setengah terbuka 4000, kios tertutup 5000. Nah itu terbayarkan secara auto debet di Bank DKI.</p>	Syarat Penempatan bagi Pedagang
9.	<p>P: Bagaimana ciri perbedaan kios terbuka, setengah terbuka, dan tertutup pak? Mungkin ada fotonya.</p> <p>I: Kalau terbuka dia cuman pakai etalase, tetap itu di ruangan tapi dia memakai etalase. Kalau yang tertutup, itu ada bangunan dindingnya kanan dan kirinya, gitu aja bedanya. Kalau yang kuliner di Lenggang Jakarta itu setengah terbuka, bayar 4000 dia. Yang pakai gerobak itu termasuk terbuka. Kalau yang tertutup banget di kantin, kanan-kiri full, tinggi. Kalau kuliner itu kan cuman setengah badan yang di Lenggang. Kalau yang pedagang-pedagang baju, souvenir, terus asesoris, itu mereka pakai gerobak termasuk terbuka walaupun pake tenda.</p>	Retribusi Kios Kuliner dan non-Kuliner
10.	<p>P: Apa saja tujuan pembayaran retribusi pak?</p> <p>I: Tujuan pembayaran retribusi itu seperti yang tadi sudah disebutkan untuk penggunaan fasilitas dan untuk memastikan pendapatan kita yang digunakan untuk PBB di tahun berikutnya, ada target dan realisasi tiap tahunnya.</p>	Tujuan Retribusi
11.	<p>P: Apakah ada target penjualan untuk pedagang kuliner dan pedagang non-Kuliner?</p> <p>I: Oke. Kalau dari Dinas UMKM sendiri ga ada ya. Kebijakan kita hanya di retribusi, tetapi di situ ada pengelola. Pengelola itu yang dikerjasamakan, ada ikatan perjanjian kerja sama dengan Dinas Koperasi. Mereka yang mengelola, informasi yang saya dapat sih ada target-target penjualan yang harus dicapai pedagang. Kalau untuk kuliner, saya belum tau pastinya, tapi ini akan kita evaluasi, perlu atau tidaknya target-target penjualan ini karena akhirnya ini kan akan berdampak pada penjualan mereka yang tidak sama dengan harga di luar. Misalkan nasi goreng, kita beli di pinggir jalan biasa kena 9.000 dan 10.000. kalau makan di Lenggang Jakarta kan bisa jauh, itu yang akan kita evaluasi. Pak Gubernur juga sudah melihat fenomena itu, ini perlu dikaji ulang.</p>	Target Penjualan Pedagang
12.	<p>P: Apa disebabkan ada temuan mengenai keluhan konsumen maka akan dikaji ulang pak?</p> <p>I: Bisa jadi ada keluhan yang sampai ke Pak Gubernur sehingga</p>	Biaya Pemotongan dari Setiap Menu untuk Pengelolaan

No.	Percakapan	Taksonomi
	<p>itu perlu adanya pengkajian ulang. Saya denger sih dari penjualan harian, emm bukan penjualan harian tapi penjualan per menu masing-masing pedagang itu dikenakan 15 % untuk biaya pengelolaan. Biaya pengelolaan itu termasuk kebersihan, keamanan, dan penggunaan air. Itu dari 15 persennya, misalkan nasi goreng 20.000, ya 15% untuk itu.</p> <p>P: Itu kebijakannya setiap bulan berbeda atau bagaimana pak kebijakannya?</p> <p>I: Engga, selama saya disini 2 bulan, itu masih sama 15%.</p> <p>P: Itu dari awal 15% pak?</p> <p>I: Iya dari awal itu 15%. Pemotongan 15% hanya dilakukan oleh pengelola. Kewajiban pedagang ke Pemda hanya retribusi.</p> <p>P: Saya tempo hari pernah bertanya ke pedagang Lenggang, bahwa pemotongan diberlakukan 30%.</p> <p>I: Itu tidak benar, pemotongan hanya dikenakan 15% saja, mungkin pada saat itu ada kebijakan untuk membayarkan hutang retribusi para pedagang yang masih tertunggak dengan mekanisme seperti itu. Yang resmi dipotong untuk pengelolaan hanya 15%</p>	
13.	<p>P: Apa latar belakang dinamai “Lenggang Jakarta” ya pak?</p> <p>I: Dari Pak Gubernur Lenggang Jakarta dan ini Lenggang ini akan berkembang di wilayah kota yang lain karena target Pak Gubernur, setiap kota harus punya Lenggang Jakarta. Sesudah menganggarkan di tahun 2017, mudah-mudahan itu akan berjalan.</p> <p>P: Kapan Lenggang Jakarta didirikan ya pak?</p> <p>I: Peresmian awal 2014 dan sudah ditempati.</p>	Latar Belakang Penamaan
14.	<p>P: Lalu, lahan lenggang Jakarta milik siapa pak?</p> <p>I:Sebenarnya lahan itu punya Monas kan. Punya KPK Monas, KPK Monas kepanjangannya Kantor Pengelola Kawasan Monas. Sedangkan kita kan sifatnya meminjam lahan dan ini belum ada pengalihan asset, walaupun nanti ada pengalihan asset dari BPKD (Badan Pengelolaan Keuangan Daerah) lalu pengalihan asset ke kita, baru secara permanen bisa dijadikan lokbin atau lokasi binaan.</p> <p>P: Apa saja persyaratan untuk pengalihan asset pak?</p> <p>I: Banyak itu kalau di BPKD. Surat permohonan, surat persetujuan permohonan dari si calon pengguna asset, surat</p>	Kepemilikan Lahan Lenggang Jakarta

No.	Percakapan	Taksonomi
	<p>persetujuan dari si pemilik aset terus harus ada kajian lagi, banyak sih prosesnya. Lalu persetujuan dari gubernur.</p>	
15.	<p>P: Lenggang Jakarta itu disebut relokasi atau revitalisasi ya Pak?</p> <p>I: Emm bukan, Kalau di Pergub 10 itu refungsi sarana PKL, itu namanya jadi pengembangan. Memang di situ kan tadinya tempat usaha tapi dikembangkan lagi dan itu ditetapkan sebagai lokasi sementara. Datanya ada di Jakarta Pusat, Sudin UMKM Jakarta Pusat. Mungkin nanti bisa berkembang jadi lokasi binan soalnya kalau lokasi sementara itu, sewaktu-waktu jika diperlukan pemerintah, itu akan di bongkar. Kalau lokasi binaan, sifatnya sudah permanen, lahan yang kita beli, kita bangun, kita tempatkan pkl-pkl binaan kita.</p> <p>P: Lalu, apakah lenggang Jakarta sedang dalam proses menjadi lokasi binaan pak?</p> <p>I: Informasi yang saya tangkap sih, masih di proses di BPKD untuk pengajuan pengalihan asset tapi perkembangannya saya belum paham juga.</p> <p>P: Proses pengalihan asset membutuhkan waktu berapa lama pak?</p> <p>I: Ga kehitung ya, itu tergantung kelancaran proses administrasinya, kemudian persetujuan dari SKPD-SKPD (Satuan Perangkat Kerja Daerah) terkait, terakhir idenya Jakarta Pak Gubernur. Sudah disetujui berproses semua, jalan.</p>	<p>Status Lokasi Lenggang Jakarta</p>
16.	<p>P: Sebelum dipindah ke Lenggang Jakarta, berapa total PKL yang terdata pak?</p> <p>I: Totalnya kurang lebih 700 PKL tapi yang baru masuk di Lenggang Jakarta itu 300 karena keterbatasan tempat ya dan sisanya ini masih <i>waiting list</i>. Sewaktu- waktu misalnya ada pelanggaran yang dilakukan PKL di Lenggang Jakarta ataupun pedagang di situ sudah tidak mau berjualan lagi dari <i>waiting list</i> ini kita masukkan</p> <p>P: Lalu yang <i>waiting list</i> tersebut apakah disediakan tempat sementara juga?</p> <p>I: Ga ada. Hanya menunggu. Karna tau sendiri kan Jakarta mencari tanah kosong itu udah susah kecuali kayak di Monas tapi ga bisa di beli.</p>	<p>Total PKL yang terdata sebelum Relokasi dan Tindakan terhadap PKL yang waiting List</p>
17.	<p>P: Apa perbedaan proses verifikasi yang <i>waiting list</i> dengan proses yang sudah masuk?</p> <p>I: Prosesnya itu di Sudin ya, Kalau ga salah sih ada proses sistem undian terus verifikasi bener datanya valid semua. Sesuai ga sama</p>	<p>Proses Verifikasi Pedagang</p>

No.	Percakapan	Taksonomi
	<p>existingnya sebelumnya. Banyak sih prosesnya, banyak juga yang tidak sesuai. Pertama-tama proses verifikasi data dulu ya, kalau sudah ada yang tertolak, baru diundi. Sudah fix nih nama-nama pkl yang memenuhi persyaratan baru system undi.</p>	
18.	<p>P: Siapa pihak yang terlibat dalam koodinasi pada tahap perencanaan ya pak?</p> <p>I: Ok. Perencanaan awalnya itu Dinas strukturasi pertama dengan biro perekonomian pastinya karena di bawah asisten perekonomian administrasi itu biro perekonomian kemudian Dinas Koperasi UMKM serta Perdagangan juga. Oh ya, kalau di Provinsi biro Tapem juga (Tata Pemerintahan). Untuk di wilayah itu Pak Wali kota Jakarta Pusat, Camat dan Lurahnya lalu Kasudin UMKM Jakarta Pusat yang kita libatkan. Terus juga dari strukturasi SKPD yang lain, emmm KPK Monas sama Satpol PP. Itu perencanaan.</p>	Stakeholder Tahap Perencanaan
19.	<p>P: Apa saja peran dari tiap bagian tersebut pak?</p> <p>I: Ok. Kalau peran dari biro perekonomian, fungsi koordinasi aja dengan kita, koordinasi dengan kebijakannya, misalkan apa ini prosesnya bertabrakan dengan aturan atau kebijakan yang lainnya. Kalau dari Biro Tapem (Tata Pemerintahan) dan kewilayahan, wali kota, camatm dan lurah itu tentang fungsi kewilayahan, mereka yang mengatur di wilayah soalnya kan. Terus Satpol PP fungsi pengamanan pada saat pelaksanaan penertibannya. Kemudian KPK Monas ya, yang namanya yang punya lahan, kita permisi dulu gitu sama dia.</p>	Peran Stakeholder di Tahap Perencanaan
20.	<p>P: Apa ada hambatan yang ditemui saat proses koordinasi tersebut pak?</p> <p>I: Pastinya banyak ide, terus banyak juga kemungkinan-kemungkinan yang disampaikan. kemungkinan hal terburuk atau seperti apa scenario harus tetap berjalan kan, scenario yang paling baik atau paling buruk itu harus tetap dipikirkan. Nah, itu kalau menyatukan visinya mungkin disitu. Ada tantangan disitu, tapi dengan satu komando bahwa Pak Gubernur ini benar-benar menginginkan adanya Lenggang Jakarta IRTI, ya udah kita bisa satu arah, satu tujuan. Lalu, kalau hambatannya ini ya kemungkinan penolakan dari luar ya, penolakan dari pedagang itu pasti, dari pedagang dari existing yang ada sebelum terbentuknya Lenggang Jakarta. Kemungkinan dari orang-orang yang mencari uang di lingkaran itu, dengan dikelolanya jadi Lenggang Jakarta kan pemasukan-pemasukan liar yang biasanya mereka dapatkan kan, ga mereka terima lagi.</p> <p>Lalu, penolakan yang dilakukan oleh pedagag karena dia belum ngeliat programnya finalnya seperti apa, kan gitu. Pedagang kan</p>	Hambatan pada Tahap Perencanaan

No.	Percakapan	Taksonomi
	berpikinya, kalau saya ditertibin hari ini terus besok saya makan apa. Kan pemikiran mereka, mereka mencari makan yang bsicnya bis menghidupi kehidupan mereka, apa lagi dengan jangka waktu pembangunan Lenggang ini lama, sepertinya ada protes. Sementara meeka ditertibkan, apakah ditempatkan di lokasi lain untuk berdagang ternyata kan tidak, mereka diliburkan. Setelah jadi baru mereka masuk ke Lenggang.	
21.	<p>P: Apakah ada peraturan pelarangan berjualan di luar Lenggang yang diterapkan bagi pedagang?</p> <p>I: Emmm.. sosialisasinya memang sudah berjalan. Jadi, kita sudah buat SOP dan Tata Tertibnya tapi belum tersampaikan dengan pedagang di sana. Sudah berjalan sebenarnya sih, awal bulan maret sudah mau diundang mereka cuman waktunya ini ga ketemu terus. SOP dan Tata Tertib itu sudah ada. Kalau di Tata Tertibnya sudah jelas, tidak boleh berdagang di luar Lenggang, tidak boleh mendistribusikan barang dagangannya ke PKL yang lain, jadi distributor untuk pedagang yang lain itu ga boleh. Kalau ketangkap langsung keluar. Ga ada kompensasi lagi.</p>	Peraturan di Lenggang Jakarta
22.	<p>P: Apa ada tindakan dari Dinas untuk membuktikan pedagang yang mendistribusikan barangnya keluar dan kiat menangani permasalahan PKL di luar Lenggang?</p> <p>I: Emmm.. dua minggu yang lalu kita operasi tangkap tangan. Kita temukan juga ada mobil losbak yang parker dan ternyata dia yang mendistribusikan barang-barangnya. Jadi sudah tidak boleh parkir dan sudah atidak ada lagi yang mendistribusikannya.Kita memang lagi progress nih, setiap sabtu atau minggu, kita datang ke sana kerja sama operasi dengan Satpol PP Wilayah Kecamatan Gambir, kita pengen coba ambil fotonya pedagang-pedagang yang lari ini, masuk ke kios mana, kios mana yang dimasukkin kita foto setelah itu, kita klarifikasi kenapa dia naro disitu, ada kemungkinan besar memang barang dari situ. Proses-proses itu memang kita lagi progress.</p>	Tindakan Dinas terhadap Pedagang yang Melanggar Aturan
23.	<p>P: Sebelum direlokasi, pemberitahuan ke pedagang melalui apa saja ya pak?</p> <p>I: Sosialisasi dan mengundang semua para pedagang. Polanya kalau ga salah beberapa sesi karna 700, ga mungkin dalam satu waktu sekali ini. Tanggapan mereka protes yang tadi saya bilang terkait dengan usaha mereka, terus juga kejelasan ke depannya kayak dijanjiin cerita-cerita dongeng tapi kan setelah realisasi, mereka puas dan bener-bener layak tempat yang disediakan, ga kayak sebelum-sebelumnya itu.</p>	Sosialisasi Pembongkaran
24.	P: Berapa lama jeda waktu yang diberikan setelah sosialisasi ke	Rentang Waktu



No.	Percakapan	Taksonomi
	<p>arah penertiban pak?</p> <p>I: Kalau standarnya ya, kita bicara standar biasanya 7,3,1. 7,3,1 itu surat peringatan. Surat peringatan satu itu 7x24 jam. Setelah itu, masih ada yang tidak mematuhi bikin surat peringatan dua, 3x24 jam untuk bongkar sendiri, setelah itu baru surat peringatan tiga, 1x24 jam, kalau mereka masih ada di wilayah itu, keluar surat perintah bongkar. Surat perintah bongkar itu satu hari setelah surat peringatan tiga itu diedarkan</p>	Pemberitahuan Bongkar
25.	<p>P: Pada tahap pembongkaran, koordinasi dilakukan dengan pihak mana saja ya pak?</p> <p>I: Kalau pembongkaran, kita bantuan personil biasanya Satpol, Polisi, TNI, SKPD yang lain diundang untuk menyaksikan pelaksanaan itu. Kita biasanya mengundang Biro Hukum juga untuk perlindungan hukumnya kalau misalnya ada tuntutan dari para pedagang.</p>	Spemangku Kepentingan (Stakeholder) Tahap Pembongkaran
26.	<p>P: Berapa perkiraan biaya yang dikeluarkan terkait pembongkaran ya pak ?</p> <p>I: Kegiatan personil TNI Polri ada biaya sendiri juga yang dikeluarkan, satu orang itu 250.000 per satu hari, kalau dari Satpol PP sih ga ada. Untuk yang lebih tau teknisnya di Sudin Jakarta Pusat.</p>	Biaya Pembongkaran
27.	<p>P: Bagaimana teknis penempatan pedagangnya ya pak?</p> <p>I: Dengan system undian juga. Nanti pedagang ambil nomor, dapet kios nomor berapa nih lalu masuk.</p>	Teknis Penempatan Kios di Lenggang Jakarta
28.	<p>P: Bagaimana pelatihan ke pedagangnya pak?</p> <p>I: Pelatihan? Kalu tidak salah, Studi banding ke Rumah Makan Apung Sentul City. Jadi mereka kan itu sistemnya pake kartu kan. Pesen makanan pake kartu isi saldo. Kalau pesen apa tinggal gesek. Nah konsep itu yang dibawa ke Lenggang Jakarta, <i>cashless</i>. Itu akan berlaku di semua Lenggang Jakarta, konsep itu standardisasinya seperti itu nanti dan akan berkembang ke lobin-lokbin. Regulasinya sedang kita perkuat lagi.</p>	Bentuk Pelatihan ke Pedagang Lenggang Jakarta
29.	<p>P: Bagaimana teknis pemotongan retribusi itu pak?</p> <p>I: Pedagang tinggal menyetorkan uang pembayarannya ke rekening masing-masing, lalu Sudin itu mengupload pembayaran retribusi masing-masing dari virtual account pedagang, disampaikan ke Bank DKI. Bank DKI masuk ke sistem, udah ketarik otomatis itu.</p>	Teknis Pembayaran Retribusi

No.	Percakapan	Taksonomi
30.	<p>P: Bagaimana tahap penempatan pedagang di Lenggang Jakarta pak?</p> <p>I: Jadi, mula-mula kita data dulu pedagang-pedagang existing, setelah itu kita verifikasi sesuai dengan yang persyaratan kita, dalam arti kita baru penempatan di Lenggang. Sistem penempatannya waktu itu undian, tiap pedagang ngambil nomor undian. Setelah penempatan sudah full, di luar dari total jumlah pedagang existingnya yang masuk ke lenggang itu 336 sisanya waiting list. Sampai saat ini masih waiting list. Jika ada pedagang-pedagang yang melakukan pelanggaran berat dan harus dikeluarkan, penggantinya ya itu dari waiting list</p>	Tahap Penempatan Pedagang
31.	<p>P: Apa saja hambatan yang ditemui dalam penempatan pedagang?</p> <p>I: Pedagang banyak yang meminta posisi paling depan. Istilahnya posisi itu menentukan prestasi</p>	Hamabatan pada Tahap Penempatan
32.	<p>P: Pihak pengelola dari pihak mana ya pak?</p> <p>I: Pengelola PT Sosro, PT Rekso itu pembangun. Kemudian pengelolanya sekarang PT Konseptu. Konseptu bergerak di bidang kuliner. Cheff Ragil.</p>	Mitra Swasta yang Mengelola Lenggang Jakarta
33.	<p>P: Pada tahap pembangunan, berkoordinasi dengan pihak mana saja dan bagaimana pembagian koordinasinya ya pak?</p> <p>I: Kalau yang pembangunan, koordinasi awal ke KPK ya, minta ijin langsung. Kemudian melaporkan ke Gubernur, atas persetujuan Gubernur baru dilakukan pembangunan Lenggang Jakarta dan koordinasi selanjutnya dengan perusahaan atau pihak swasta yang akan menyerahkan bantuan CSRnya. PT Rekso.</p>	Stakeholder Tahap Implementasi Pembangunan
34.	<p>P: Siapa yang menentukan lokasi pencarian lahan pembangunan Lenggang Jakarta?</p> <p>I: Jadi kan Instruksi Gubernur itu dibangun pusat kuliner di Monas. Nah, itu sebagai langkah awal untuk menertibkan PKL yang berada di kawasan Monas. Itu yang diambil, dibangunlah infrastruktur untuk kios-kios dagang kuliner. Itu yang menetapkan langsung dari Gubernur ya waktu itu.</p>	Pencetus Lokasi Lahan Lenggang Jakarta
35.	<p>P: Berapa biaya yang dikeluarkan untuk pembangunan ya pak?</p> <p>I: Kalau ga salah 12 Milyar</p>	Biaya Pembangunan
36.	<p>P: Siapa pihak yang ikut berkoordinasi dalam tahap pengawasan ya pak?</p> <p>I: Pengawasan itu dibawah pengelola ya kalau pengawasan pedagang di Lenggang dengan pihak kita, Dinas UKM, UMKM,</p>	Stakeholder Tahap Pengawasan

No.	Percakapan	Taksonomi
	serta Sudin UMKM Jakarta Pusat. Terkait dengan pengawasan di luar Lenggang Jakarta seperti PKL liar atau parker-parkir liar itu koordinasi dengan KPK Monas, Satpol PP, Dishub, Kepolisian, TNI dan Sudin tentunya lalu Walikota, Camat, Lurah.	
37.	<p>P: Apa saja aspek yang diperhatikan pada program relokasi dari segi pedagang pak? Misalkan dari segi sosil mereka atau ekonomi mereka pak.</p> <p>I: Kita melihat sesuai dengan persyaratan, persyaratan mereka terpenuhi, ya mereka bisa ngisi Lenggang. Persyaratannya KTP-KTP DKI dan satu tempat usaha tidak boleh ditempati dari satu keluarga, bukan suami-istri. Misalkan suami-istri sebelumnya berdagang nih dua-duanya, nah dia ga bisa dapet dua tempat di Lenggang harus satu karena masih tergabung dalam satu keluarga atau satu kartu keluarga. Kita ngecheck dan cross check by KTP dan Kartu Keluarga.</p>	Aspek yang Diperhatikan dari Pedagang
38.	<p>P: Apa saja aspek yang diperhatikan dalam menarik konsumen ke Lenggang Jakarta?</p> <p>I: Untuk di Lenggang ya, lebih ke aspek pengelola tapi saya kasih gambaran aja sih. Untuk menarik pertama pasti dari kualitas makanan, makanan yang disajikan harus baik kan, Halal, bersih penggunaan bahannya, tidak menggunakan zat-zat yang berbahaya, juga harganya bersaing itu daya Tarik terus penambahannya dari segi tempat yang nyaman, ga kepanasan, ga kehujanan, bisa duduk, ketersediaan tempat cuci tangan, tempat saji makanan yang higienis</p>	Aspek Penarik Konsumen
39.	<p>P: Apa tempat makan disediakan pak?</p> <p>I: Dari pengelola nyediain, modelnya kayak kardus ya tapi kita pernah cross check ke pedagang, ada pembeli yang ga mau pakai itu dan beberapa ada yang pakai piring, gamau pakai kardus seperti itu. Pengelola menyediakan tempat makan.</p> <p>P: Lalu, apa saja yang disediakan pengelola selain tempat makan pak?</p> <p>I: Yang disediakan yaitu alat makan, kemudian counter minuman, dan juga standar-standar bahan-bahan yang harus dipergunakan oleh pedagang. Kalau distribusi ke masing-masing pedagang, distribusi barang, pengisian stock-stocknya di kiosnya itu masing-masing pedagang, tapi harus dengan persetujuan dari pengelola .</p>	Peran pengelola dalam penyediaan peralatan makan
40.	<p>P: Bagaimana sistem yang diterapkan jika pedagang ingin berbelanja bahan-bahan makanan ?</p> <p>I: Pedagang lapor dulu ke pengelola mau belanja apa, itemnya apa</p>	Alur Belanja Barang

No.	Percakapan	Taksonomi
	aja, jumlahnya berapa, nanti dapet surat yang namanya <i>loading</i> barang, itu yang dibawa sama pedagang pada saat mau masukkin barangnya ke Lenggang.	
41.	<p>P: Apa saja syarat menjadi pedagang resmi Monas pak?</p> <p>I: Pedagang resmi. Dibilang pedagang resmi pada saat existing sebelum pembangunan Lenggang itu ditertibkan, jumlahnya 700an. Ini kan setelah pendataan masih berkembang lagi pedagang liar, yang dianggap pedagang liar itu yang berkembang setelah pendataan PKL sebelum dibangunnya Lenggang Jakarta. Diluar 700 pedagang itu yang dianggap liar. Itu berkembang sampai angka 300an</p>	Perbedaan Konteks Pedagang Resmi dan Liar
42.	<p>P: Siapa saja mitra/instansi lain yang terlibat selain yang sudah disebutkan pak?</p> <p>I: Rekso, Konsepto, lalu terkait dengan pembayaran <i>cashless</i> itu Bank Mandiri, terus retribusinya Bank DKI</p>	Peran dan Mitra lain yang Terlibat
43.	<p>P: Apa saja peran PT Rekso dan Konsepto untuk Lenggang Jakarta pak?</p> <p>I: Rekso pembangunan infrastruktur Lenggang, Konsepto saat ini sebagai pengelolanya. Pengelola pedagang-pedagang yang ada disitu. Dibawah pengelolaan mereka. Itu yang saya bilang seperti standar bahan makanan, pokoknya ada suatu tata tertib yang harus mereka terapkan di Lenggang Jakarta.</p>	Peran Instansi Swasta
44.	<p>P: Apakah ada komplain dari pedagang setelah dipindah ke Lenggang Jakarta?</p> <p>I: Pastinya pedagang senang, tapi masih adanya pedagang liar yang tidak higienis dan diluar retribusi, jadi seolah-olah dia sudah masuk situ. Sedangkan pedagang disitu terkekang oleh banyak aturan tapi PKL Liar masih berkeliaran. Tapi kita sedang <i>progress</i> untuk benar-benar menghilangkan pkl-pkl liar di sana.</p>	Dinamika Kondisi pedagang Lenggang Jakarta
45.	<p>P: Apakah setelah penempatan di Lenggang Jakarta, pedagang mendapatkan bantuan modal?</p> <p>I: Bantuan modal ada. Bank sudah pasti menawarkan. Yang sudah <i>real</i> menawarkan itu Bank BRI, lalu dari Gubernur 1 juta per pedagang. Lalu Mandiri juga menawarkan, persyaratan selanjutnya dari pihak masing-masing Bank ya. Kalau untuk penawaran kredit usaha itu banyak soalnya melihat potensi Lenggang ini kan termasuk luar biasa, benar-benar bisa dijadikan prioritas kredit, karena kan salah satu syarat pemberian kredit itu kan lokasi yang tetap, Lenggang itu sudah tetap dan menjadi daya</p>	Bantuan Modal bagi Pedagang

No.	Percakapan	Taksonomi
	tarik pemberian kredit.	
46.	<p>P: Sebelum dipindah ke Lenggang Jakarta, Apakah tempat tersebut sudah berbentuk bangunan atau belum pak?</p> <p>I: Gerobak tambahin tiang, ada tenda, bawahnya kasih bangku.</p>	Bentuk Tempat Dagang Sebelum Relokasi
47.	<p>P: Berapa target penjualan untuk pedagang sekarang ini pak?</p> <p>I: Target penjualan, seminggu 5 juta.</p> <p>P: Itu sudah diterapkan pak?</p> <p>I: Sudah diterapkan. Seminggu 5 juta. Terus ada bebannya, beban pengelolaan ya, keamanan, listrik, sama air. Itu diperoleh sampai 20% dibebankan ke pedagang ke masing-masing menu yang ditawarkan.</p> <p>P: Apakah yang target 5 juta diluar beban tersebut pak?</p> <p>I: Termasuk itu.</p>	Target Penjualan
48.	<p>P: Apa ada pedagang yang tidak mencapai target tersebut pak?</p> <p>I: Ada. Setau saya masih belum benar-benar diterapkan secara <i>real</i> ya. Kalau benar-benar diterapkan, sanksinya banyak yang <i>blacklist</i> lah. Tapi belum sih, masih masa edukasi juga buat mereka dan banyak pedagang yang ga jujur. Yang ga jujur itu kan pembayaran <i>cashless</i> melalui e-money tapi masih ada pembayaran melalui <i>cash</i>, pembayaran <i>cash</i> tidak dilaporkan, akhirnya kan mempengaruhi target.</p>	Pencapaian Target oleh Pedagang
49.	<p>P: Apakah perencanaan program Lenggang Jakarta, mengacu juga pada Peraturan Daerah Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta Nomor 1 Tahun 2012 tentang RTRW?</p> <p>I: Terkait dengan pembangunan Lenggang Jakarta Monas, jika dikaitkn dengan perda 1 tahun 2012, zonasi yang digunakan tidak merujuk untuk sarana usaha, tetapi zona hijau yang salah satunya bisa dipergunakan untuk melakukan usaha. Penggunaan Lenggang sebagai sarana usaha diperkuat melalui prinsip Gubernur atas pemanfaatn lahan tersebut.</p> <p>P: Prinsip Gubernur seperti apa pak?</p> <p>I: Bentuknya adalah kebijakan Gubernur</p>	Zonasi terkait Perda tentang RTRW 2030

### INFORMAN WAWANCARA

Nama : “J” (Suku Dinas KUMKMP Jakarta Pusat)

Tanggal Wawancara : 15 Februari 2016

Waktu Wawancara : 13.25 WIB - 14.30 WIB

P: Penanya

I: Informan

No.	Percakapan	Taksonomi
1.	<p>I: Ini sekilas info dulu. Setelah kami data untuk orang yang berjualan dalam satu area tapi sudah beratap sebelumnya. Emmm apa namanya, sudah berbentuk bangunan dan isinya dalam bangunan itu 339 pedagang. Kemudian, dari pemerintah mencarikan perusahaan untuk bisa melakukan pembangunan, emm revitalisasi (membangun ulang) supaya dia lebih bagus tampak kayak sekarang. Dulu, kami mencari CSR mana yang mampu dan mau. Itu dulu pekerjaan dari Dinas yang melakukan semua seperti pencarian CSR, mengurus pembangunannya. Jadi, yang melakukan kerja sama itu Pemerintah Provinsi dengan PT Sosro.</p> <p>Lalu, dilakukanlah perjanjian kerjasama (MOU) antara Pemerintah Provinsi dengan PT Sosro ini, kemudian terbangunlah yang ada sekarang ini. Namun, jumlah pedagang yang ada di dalam saat ini belum sebanyak 339. Jadi, pedagang yang lama dulu itu, kita inventaris dulu nama-nama pedagangnya sebelum kita bongkar itu bangunan. Supaya, kalau sudah jadi, tetap pedagang-pedagang itu yang mengisi. Jadi, tidak ada perubahan pedagang yang sebelum dengan yang sekarang ini. Yang ada sekarang ini malah waktu kami memasukkan pedagang itu banyak yang tidak lapor pada kami.</p> <p>P: Alasannya apa Pak ?</p> <p>I: Macem-macem. Ini bukannya sukuisme tapi di sana kan rata-rata Madura. Licin lah maksudnya, ada aja akal nya. Alasannya sakit lah, orang tua ada yang meninggal atau bagaimana lah. Jadi, mereka tidak melakukan laporan dengan kita. Sebelum memasukkan pedagang itu, sebelumnya pun dilakukan pelatihan kepada mereka tapi yang sudah melakukan verifikasi. Jadi, sebanyak 339 itu kita sudah verifikasi diberikanlah pelatihan kepada mereka</p>	Gambaran Umum Lenggang Jakarta

No.	Percakapan	Taksonomi
	sambil menunggu bangunan ini jadi.	
2.	<p>P: Pelatihan berapa lama?</p> <p>I: Pelatihan tiga tahap</p> <p>P: Apa setiap pedagang melalui tiga tahap itu Pak?</p> <p>I: Iya, tempatnya waktu itu berbeda-beda. Yang melakukan pelatihan dari Sosro juga karena emm Sosro ini mengundang konsultan yang bagus, apalagi di bidang Kuliner, namanya Chef Ragil yang di TV. Dia Chef yang melatih mereka, untuk menyajikan karena mereka kan itu PKL ya. Jadi, penyajiannya itu asal-asalan yang penting orang bisa makan. Dari cita rasa, bentuk kan tidak mau tau mereka kan. Setelah diberikan pelatihan, barulah apa namanya, ada perubahan lah kayak gitu. Seperti itu lah kira-kira.</p>	Pelatihan Pedagang
3.	<p>P: Lalu Pak, saya mau bertanya, siapa Ketua Teknis Pelaksanaan Relokasi waktu itu?</p> <p>I: Kepala Dinas. Karena MOU antara Pemprov dengan Sosro. Nah, Pemprov itu kan harusnya Gubernur tapi Gubernur memberikan kuasa kepada Kepala Dinas dan Kepala Dinas lah yang membidangi teknis itu untuk melakukan MOU (Memory Of Understanding / Perjanjian Kerja Sama) antara Pemprov dengan PT Sosro</p>	Ketua Pelaksanaan Relokasi
4.	<p>P: Apa latar belakang pemberian nama “Lenggang Jakarta” ?</p> <p>I: Wah, itu mah supaya menjual aja tuh. Itu usulannya mungkin dari gubernur langsung pada saat itu dengan Pak Kepala Dinas, namanya menjadi Lenggang Jakarta supaya lebih menjual, kan lebih bagus namanya mengangkat nama Jakarta juga itu.</p> <p>P: Lalu, hal tersebut lebih mencirikan khas DKI Jakarta ya Pak?</p> <p>I: Iya, seperti itu.</p>	Latar Belakang Penamaan Lenggang Jakarta
5.	<p>P: Apa tujuan dibentuknya Lenggang Jakarta? Tujuan umum dan khususnya</p> <p>I: Tujuan umum dan khususnya supaya, apa namanya.. kesejahteraan PKL meningkat karena sebelumnya itu, tempatnya kurang baik lah, agak kotor gitu kan mungkin keliatan dari luarnya sehingga membuat para pengunjung makan disitu agak males dulu. Sehingga sekarang ini, lebih</p>	Tujuan Pembentukan Lenggang Jakarta

No.	Percakapan	Taksonomi
	tertata, lebih rapi, dan dari segi masakannya pun lebih terjamin kebersihannya karena sudah dibantu sama Chef yang melatih mereka. Jadi sebelum berjualan, mereka dilatih juga.	
6.	<p>P: Sebelum dibangun seperti sekarang, seperti apa bentuk Lenggang Jakarta Pak?</p> <p>I: Wahh. Fotonya ga ada lagi. Jadi waktu dulu, penataannya masih kurang bagus. Kemudian juga dari kualitas makanan juga kurang baik. Kemudian dulu saya pernah dengar cerita juga bahwa yang makan disitu “ditembak” harganya, ga sesuai kan. Jadi, orang lagi makan dan udah selesai makan, “ditembak” harganya tinggi. Kalau sekarang kan, semua daftar harga makanan tertera disitu. Jadi, mau makan apa disitu, kita mau beli, oh ini harganya sekian. Jadi pembeli udah tau.</p>	Lokasi Awal
7.	<p>P: Bagaimana penentuan untuk menjual menu makanan di Lenggang Jakarta Pak?</p> <p>I: Sebelumnya memang pedagang mau berjualan menu apa gitu, cuman kita liat dari segi kualitasnya yang disajikan maksudnya supaya tidak apa namanya.. tidak seperti dulu lagi gitu loh dari cara penyajian makannya, jadi lebih higienis lahh. Oleh sebab itu diarahkan sama Chefnya yang dari pengelola Sosro itu membuat suatu menu baru. Mereka pokoknya dilatih dulu lah menu makanan yang mereka inginkan.</p> <p>P: Sebelumnya, saya juga pernah sedikit bertanya dengan pedagang makanan di sana bahwa menu makananya ditentukan.</p> <p>I: Benar. Kalau awalnya kan mereka mungkin ada yang berjualan soto Bogor. Lalu mereka dapat, apa namanya. Pembagian untuk menyajikan Soto Bogor, ada juga. Jadi, menu waktu dia jual sebelum dan sesudah tetap sama gitu loh.</p> <p>P: Tapi ada yang berbeda ga Pak?</p> <p>I: Ada yang berbeda juga. Jadi harus mengikuti memang. Mengikuti <i>trend</i> atau yang dibutuhkan di situ, jangan sampai semua jualan Soto Bogor. Kita bikin bervariasi. Lagipula di sana kan ada beberapa blok tuh, ada empat blok di sana kan. Jadi, setiap blok di sana diusahakan menu makanan yang berbeda-beda.</p>	Penentuan Penjualan Menu Kuliner



No.	Percakapan	Taksonomi
8.	<p>P: Saya pernah melihat di sana, ada beberapa menu makanan yang sama. Lalu hal tersebut apa sudah ditentukan juga atau memang inisiatif dari pedagangnya Pak?</p> <p>I: Dari pengelolanya yang menentukan. Menyanya sama tapi bloknya berbeda. Coba diperhatikan deh. Jadi, Soto Bogor yang di Blok A, Blok B, Blok C kadang ada. Jadi tidak disatu blok mereka. Kasian kan pengunjung kalau mereka pengen makan Soto Bogor tapi duduknya di Blok C, ga taunya sotonya jual di Blok A. Jauh kan jalannya atau manggil pelayan kan jauh. Jadi disetiap blok ada disediakan</p>	Alasan Menu yang Sama
9.	<p>P: Bagaimana sistem penentuan harga disana Pak?</p> <p>I: Dari pengelolanya karena itu sudah ada apa namanya, emmm penghitungan yang valid gitu kan dari segi bahan dan keuntungan dari PKLnya itu sudah dihitung di dalamnya.</p> <p>P: disana kan ada penurunan harga dari salah satu pedagang. Apa hal tersebut juga ditentukan atau memang inisiatif pedagang Pak?</p> <p>I: Nah, itu. Karena memang sudah ditentukan dari pengelola, jadi kan dilihat dari segi kualitasnya, dari apa namanya.. dari jumlah misalnya potongan dagingnya yang didalamnya. Nah, itu juga sudah dihitung, ada standarnya sudah. Jadi, walaupun tadi harganya misalnya 35ribu jadi 30ribu gitu tapi dihitung dari kualitas dagingnya juga karena kan penyedia stoknya dari pengelola.</p>	Penentuan Harga Makanan
10.	<p>P: Lalu, apa alasan khusus dari penentuan menu makanan khas Indonesia yang di Lenggang Jakarta?</p> <p>I: Kan kita mau mengangkat menu makanan kita khas Indonesia karena kan itu PKL. Kita mau mengangkat budaya kita lah. Namanya juga Lenggang Jakarta, ya kalau bisa menu-menu Jakarta.</p>	Latar Belakang Budaya dalam Menu Khas Indonesia
11.	<p>P: Bagaiman alur pendaftaran pedagang di Lenggang Jakarta?</p> <p>I: Oooh. Kita mengutamakan pedagang yang memang sudah berjualan di situ sebelumnya. Sudah saya ceritakan juga kan sebelumnya. Jadi, pedagang itu kita data sebelum dibongkar bangunan yang lama. Dulu tuh ada sampe 800 pedagang kurasa itu tapi yang hanya kita data yang ada di dalam gedung yang lama itu sebanyak 339 pedagang. Lalu,</p>	Tahapan Pendaftaran

No.	Percakapan	Taksonomi
	<p>setelah gedung yang baru jadi, kita masukkan lagi pedagang yang sudah kita data sebelumnya, kita panggilin satu persatu untuk membawa identitasnya yang asli masing-masing, baru kita verifikasi bener apa engga. Kalau sudah benar, kita berikan pelatihan kepada mereka. Pelatihan mulai dari segi penyajian, masak, kemudian dari manajemen juga emm pembukuan dan pelaporan sambil diajarin juga. Kalau pemasaran dibantu oleh pengelola. Pemasaraannya misalkan melalui eemm... mengundang apaa, emmm siapa tau ada event-event gitu yang mungkin pernah datang ke sana semacam <i>band indie</i> yang baru mau <i>launching</i>, kayak gitu jadi kan menarik pengunjung. Supaya pengunjung yang datang ke Lenggang sambil berbelanja. Hal itu juga pernah dilakukan pengelola.</p>	
12.	<p>P: Apa saja syarat yang dibutuhkan dalam proses verifikasi?</p> <p>I: KTP asli DKI Jakarta, terus KK asli yaa karena kan untuk pembayaran retribusi, diwajibkan pedagang itu adalah pedagang penduduk DKI sesuai dengan Instruksi Gubernur Nomor 170 Tahun 2014 tentang pendataan PKL. Nanti mungkin bisa disearch di internet itu ada Instruksi Gubernur, disitulah dicantumkan kenapa pedagang itu harus penduduk DKI.</p>	Syarat Verifikasi
13.	<p>P: Apa saja materi tiap tahapan yang ada tiga tahap itu dalam pelatihan pedagang pak?</p> <p>I: Jadi, kita pernah membuat satu paparan pada Gubernur dalam memberikan laporan. Itu pernah diberikan pelatihan tiga tahap karena kan pedagang itu sampai 339 kan banyak. Jadi, menggunakan ruang aula tapi membentuk suatu kelas (satu kelas diisi oleh berapa pedagang). Satu kelas itu kan kalau udah sampai 50 udah terlalu banyak itu, emm ini sementara yang ada 300an, ga mungkin kita taro 300 orang lalu kita memberikan pelatihan. Itu ga mungkin, ga akan masuk itu kan. Kita memberikan kelas kepada mereka, itu dilaksanakan oleh pengelola.</p> <p>P: Apakah ada pedagang yang tidak lulus dalam pelatihan tiga tahap itu Pak?</p> <p>I: Kita usahakan sih engga, kan kita memberdayakan pedagang yang memang sebelumnya berjualan disitu. Maaf kata aja nih, beruntung bisa membaca tulis. Si pedagang itu ada yang ga bisa baca tulis. Jadi kita tetap memberikan pelatihan kepada mereka yang penting semangat mereka jualan itu ada. Terus dia mentaati peraturan yang kita bikin lah, kalau ga mentaati, yaa maaf. Sepertinya data yang ini</p>	Sistem Pemberian Pelatihan Pedagang

No.	Percakapan	Taksonomi
	<p>ketinggalan, jangan-jangan ada di flash disk yang ketinggalan di rumah.</p> <p>P: Mungkin bisa kirim via e-mail aja pak</p> <p>I: Boleh. Nanti dikirim via e-mail. Bentuknya itu power point. Jadi disitu dijelaskan sudah berapa kali dilakukan pelatihan kepada mereka. Tahapannya itu mulai dari bulan emmm tahun 2014, lupa bulannya berapa. Itu dilakukan secara bertahap. Kita melakukan verifikasi pedagang juga mulai dari tahun 2014. Kan diresmikanya tanggal 22 Mei atau 20 Mei 2015 diresmikan langsung oleh Gubernur pada saat itu</p>	
14.	<p>P: Proses verifikasi memakan waktu berapa lama ya pak untuk satu pedagang?</p> <p>I: kita lakukan satu hari cukup, itu sampai tengah malam butuh penjagaan Polisi juga. Kan tau sendiri, para pedagang itu kan ada yang ga bisa baca tulis dan mudah terprovokasi, makanya kan kita memberikan undangan pun kepada mereka, mencantumkan foto pedagang yang waktu kita data awal. Jadi kan waktu mendata awal, kita udah tau nih 339 nih orangnya siapa aja, fotonya kayak gimana, kita bikin lah undangan yang mencantumkan foto. Jadi mereka datang membawa itu surat undangan , membawa KTP dan KK yang asli yang akan kita <i>scan</i>. Lalu, melampirkan foto copy KTP dan KK yang dikumpulkan, seperti itu. Jadi, emm orang ga bisa berkelit. Saya jualan pak, gini.. gini.. gini. Eiiitt, data lo ada di sini, gitu. Jadi mereka ga bisa berkelit. Misalkan, saya berjualan udah lama pak di sini, iya lo lama berjualan tapi lo ga berjualan di area Lenggang Jakarta tapi PKL Liar yang suka masuk-masuk Monas. Bisa aja orang ngaku-ngaku. Kita sudah kunci.</p>	Proses Verifikasi Tiap Pedagang
15.	<p>P: PKL di luar Lenggang Jakarta sudah tidak boleh berdagang ya pak?</p> <p>I: Engga, sekarang ini Gubernur sangat, sangat, sangat <i>concern</i> perhatian sama Monas. Maksudnya, untuk menjaga ketertiban. Ya mungkin, sedikit disalahartikan sama PKL kali ya bahwa PKL itu diberikan keleluasaan dalam berusaha tapi harus tetap tertib lah, jangan seenaknya juga kan tetap harus belajar tertib. Satpol PP kan sudah rajin kerja, dari dulu sih memang cuman ya tetep namanya PKL kita tinggal mereka sudah ada lagi, ya kayak gitu lah. Kita harus stabil lah untuk menjaga ketertiban di situ.</p>	Larangan Berdagang Bagi PKL di Luar Lenggang

No.	Percakapan	Taksonomi
16.	<p>P: Apa perbedaan fungsi Sudin dengan pengelola pak?</p> <p>I: Sudin itu memberikan pembinaan kepada pedagangnya. Kalau pengelola itu memberikan pelatihan kepada pedagang yang ada di situ. Kita memberikan pembinaan dalam hal misalnya emm untuk pembayaran retribusinya mereka harus tertib ya kan, retribusi itu melalui auto debet Bank DKI, seperti itu lah yang kita lakukan. Kalau pelatihan secara teknis bagaimana cara menggoreng tahu atau bagaiman gitu kan supaya higienis matangnya itu seperti apa, itu dari pengelola.</p>	Fungsi Sudin dan Pengelola
17.	<p>P: Berapa retribusi yang dikenakan pak?</p> <p>I: Disitu kita kenakan sebagai kawasan promosi 4ribu per hari</p> <p>P: Selain itu, apa ada biaya penarikan lainnya selain retribusi?</p> <p>I: Tidak ada.</p> <p>P: Apa ada uang keamanan?</p> <p>I: Di situ udah cukup aman karena keamanan disitu kan digaji oleh pengeloala. Pengelola digaji oleh Sosro untuk melakukan pengelolaan di Lenggang Jakarta. Jadi, mereka hanya membayar kepada Pemerintah itu retribusi sebsar 4ribu rupiah per hari</p>	Retribusi bagi Pedagang Lenggang Jakarta
18.	<p>P: Bagaiman sistem kepemilikan kios disana menyewa atau milik sendiri pak?</p> <p>I: Milik. Jadi mereka diijinkan untuk berjualan disitu tapi kan kita punya tata tertib juga kalau tidak berjualan berapa hari kita akan keluarkan, dan ini tatibnya sudah kita bahas, kita update gitu ya (siapa saja yang membahas peraturan baru ini, siapa saja yang dilibatkan). Sebelumnya sudah ada, namun kita update supaya lebih tertib lagi para pedagang ini. Jadi dalam waktu satu bulan, mereka diwajibkan minimal, kalau saya tidak salah sih 25 hari mereka berjualan di situ. Itu minimal tapi kalau mereka samapi 23 hari atau 24 hari boleh mereka berjualan disitu. Misalnya, selama satu bulan, mereka berjualan hanya 23 hari atau 24 hari boleh, tadi batas minimalnya kan 25 hari berarti kan mereka 2 hari tidak masuk, seharusnya kan mereka dikeluarkan dong, cuman kalau mereka melampirkan misalnya surat ijin sakit atau ijin dengan alasan khusus ke kampung halamannya mungkin, ada orang atau keluarganya meninggal atau apa, itu ada ijin</p>	Status Kios Pedagang

No.	Percakapan	Taksonomi
	khusus. Namun, kalau mereka tanpa pemberitahuan, mohon maaf kita udah siap banyak waiting list pedagang yang akan masuk situ.	
19.	<p>P: Pedagang yang waiting list itu, pedagang yang berasal dari mana Pak?</p> <p>I: Pedagang yang ada disitu juga dari Monas yang saat ini memang mereka belum masuk karena keterbatasan tempat, dan juga apa namanya, SOPnya yang sedang kita buat itu supaya teratur gitu loh stepnya. Jadi, kalau disana kan kita ga bisa menggunakan semuanya untuk berdagang kan, kita fasilitasi juga seperti ada tempat panggung tadi tuh, plasa, tempat bermainnya anak kayak gitu kita berdayakan, seperti itu. Jadi, ini kapasitasnya 339 tapi ini yang mau nunggu banyak, tapi yang sebelumnya emang berjualan di sini.</p>	Asal Pedagang <i>Waiting List</i>
20.	<p>P: Saya pernah liat disana Pak, ada kios kuliner yang kosong dan tulisannya sedang menunggu proses verifikasi. Mengapa proses verifikasi tersebut belum selesai sampai sekarang ya Pak?</p> <p>I: Belum. Orangnya ga tau itu ga pernah datang itu kan. Kita berikan kesempatan kepada mereka supaya bisa memberikan verifikasi kepada kita yang tadi, KTP dan KK asli sesuai ga dengan data yang kita punya.</p>	Status Kios yang Kosong
21.	<p>P: Masalah tata tertib tadi Pak, sebelum penerapan apakah melibatkan pedagang Pak?</p> <p>I: Iyalah. Kita rapatkan juga. Jadi, memang yang kita konsepkan awalnya adalah dari Dinas dengan pengelola. Kita bikin peraturan kayak gini, gini, gini. Oke sudah kita bahas baru kita oper, kita bawa lah kepada para pedagang. Pedagang kayak gini, gini, gini, gimana ada yang keberatan? Kita lemparlah ke forum kan tapi hanya kepada perwakilan yang mewakili suara pedagang ini. Ga mungkin sebanyak 300 orang itu tapi hanya kepada beberapa perwakilan saja.</p> <p>P: berapa jumlah dari perwakilan pedagang tersebut Pak?</p> <p>I: Ada sekitar.. Emm. Ada sekitar 15 atau 20.</p> <p>P: Jumlah tersebut berasal dari pedagang mana saja Pak?</p> <p>I: Ada dari pedagang kuliner dan non-Kuliner yang kita hitung pokoknya cukup mewakili dari suara mereka.</p>	Keterlibatan Pedagang dalam Penyusunan Tata Tertib

No.	Percakapan	Taksonomi
22.	<p>P: Apa ada target penjualan Pak?</p> <p>I: Ada. Nanti akan kita terapkan dalam waktu 1 bulan, kalau tidak salah di tahun 2015 ini akan ditetapkan sebulan 5 juta. Bagaimana kita bisa melihatnya, kita lihat dari pemasukkan yang melalui pembayaran e-money. Nah, kita bisa lihat nih jualan berapa banyak makanan terus diterimanya berapa banyak rupiah, itu nanti keliatan. Nanti kalau dibawah dari itu, akan dikenakan sanksi surat peringatan karena apa? kemungkinan mereka tidak melakukan proses pembayaran dengan e-money tapi dengan cash karena kan sementara arahan Gubernur sistem pembayaran itu dengan e-money / <i>cashless</i>.</p>	Penerapan Target Penjualan
23.	<p>P: Kalangan apa yang menjadi sasaran dibentuknya Lenggang Jakarta? Mungkin kalangan bawah / menengah/ atas?</p> <p>I: Pengunjung yang masuk monas. Ga ada kalangan tertentu. Semua yang mau berkunjung ke Monas, silahkan. Kalau saya pikir, kenapa disebut kalangan mengah, atas, bawah. Misalkan ada yang bilang, wahh ini terlalu mahal. Ya silahkan saja menilai itu terlalu mahal, tapi dilihat juga dong dari kualitas makanan yang disajikan, dari citarasanya, dari higienitasnya. Mungkin ada sebagian orang ini terlalu mahal itu , yaudah engga apa-apa kalau memang sudah terlalu mahal. Cuman kita sudah menghitung dengan baik dan dengan cermat bahwa harga itu memang worthied dan layak.</p>	Sasaran Program Lenggang Jakarta
24.	<p>P: Jika ada pengunjung yang tidak tahu memakai e-money, apakah ada alternatif lain yang dilakukan pemerintah terhadap hal tersebut?</p> <p>I: Engga ada. Harus pakai e-money. Jadi, kalau mau memperoleh kartunya itu kita sudah sediakan. Misalkan, kartu tersebut tidak mau dipakai lagi, kembalikan aja nanti, uangnya kembali. Contoh nih kita mau makan disitu kan saya bawa duit 50ribu, harga makanan taruh lah 20ribu, kita mau ngasih nih uang 50ribu, harusnya kembali 30ribu dong, tapi disitu kan <i>cashless</i>. Kita harus ke kasir dulu, kita kartukan ini uang. Kita kasihlah ini uang ke Kasir. Kasir akan memberikan kita kartu. Dari uang 50ribu kita memperoleh isi 30ribu, 20ribu ceritanya uang kartu. Jadi kita belanja hanya bisa 30ribu tapi kalau kita mau mengambil lagi uang yang ada dalam kartu, itu bisa. Kita kembalikan lagi kartunya maka uangnya kembali utuh yang 20ribunya itu.</p>	Tindakan terhadap Konsumen yang Tidak Tahu <i>e-money</i>

No.	Percakapan	Taksonomi
25.	<p>P: Bagaimana tahap perencanaan sebelum dibentuknya Lenggang Jakarta?</p> <p>I: Kalau tahap seperti itu, sebelum saya masih di Dinas. Itu ada rapat persiapan dulu. Yang pertama itu adalah antara pemerintah Provinsi DKI yang dalam hal ini adalah Kepala Dinas UMKM, pihak PT Sosro yang akan melakukan renovasi terhadap tempat itu. Jadi, apa kewajiban yang harus diberikan dari Sosro dan juga apa hak yang bisa dia terima. Itu dijelaskan. Jadi, ada rapat antara dua instansi ini, Pemprov DKI yang dikuasakan kepada Kepala Dinas Koperasi, harusnya Gubernur kan. Namun, ada juga langsung antara Gubernur dengan CEO PT Sosro dilangsungkan rapat tentang Lenggang Jakarta ini, ada juga. Banyak tahap yang sudah dilalui. Sampailah dengan tertandatanganinya MOU antara Pemprov DKI dengan PT Sosro.</p>	Tahap Perencanaan Program
26.	<p>P: Lalu, apa saja kewajiban dan haknya PT Sosro?</p> <p>I: Wahh itu dia. Itu tadi yang mau saya tunjukin tuh</p> <p>P: yang di Power point itu Pak?</p> <p>I: Iya, ada MOUnya diantara berdua itu. Tapi ga ada disini. Kalau memang mau ini, MOUnya bisa dapat di Dinas yang di jalan perintis</p> <p>P: Dinas Koperasi dan UMKM ya Pak?</p> <p>I: Iya. Saya ada itu. Nih dia, uang retribusi, kalau ini MOU yang sudah di adendum, oh ini 8 Januari 2014, ini adendumnya 2 february 2015. Ini ruang lingkup perjanjian, ini Hak dan kewajiban pihak kedua. Pihak kedua itu adalah Sosro itu mendapatkan ijin dari pihak pertama untuk melakukan penataan PKL di Lokasi Lenggang, terus mendapatkan pendampingan dari pihak pertama saat melakukan pembangunan lokasinya. Lokasi pedagangya kan. Terus, bekerja sama dengan pihak lain untuk mendukung kegiatan Lenggang Jakarta.</p>	Hak dan Kewajiban PT Sosro
27.	<p>P: Siapa pihak lain yang bertujuan mendukung kegiatan dari Lenggang Jakarta tersebut?</p> <p>I: Dari KPK Monas yakni Kantor Pengelola Kawasan Monas dan itu ada dibawah Dinas Pariwisata Provinsi DKI Jakarta. Itu dia berbentuk kantor, kantor pengelola kawasan, kan disingkat KPK juga kan</p> <p>P: Apakah ada perbedaan KPK dengan pengelola</p>	Pihak yang Mendukung Kegiatan Lenggang

No.	Percakapan	Taksonomi
	<p>Lenggang Jakarta?</p> <p>I: Beda. Pengelola Lenggang itu dia bukan PNS. Pengelola Lenggang itu adalah dari PT Sosro yang diserahkan pengelolanya kepada EO, atau kayak gitu mungkin ya, saya kurang tau juga, tapi yang kita tau. Mereka adalah orang PT Sosro, karena kan MOUnya antara Dinas Pemerintah dengan PT Sosro (PT Anggada Putra Rekso Mulia).</p>	
28.	<p>P: Apa saja peran mitra terkait dalam hal pengawasan?</p> <p>I: Pengawasan itu ada di kita, di Sudin Koperasi. Untuk di Dinas sebagai pengambil kebijakan atau perumusan kebijakan, itu ada di Dinas Koperasi. Untuk pengawasan aktifitas yang ada disitu, ada di Sudin kayak monitoring. Kalau Dinas, mereka pengawasan dari segi makanan, kayak pernah kita undang dari BPOM beberapa kali untuk menguji beberapa makanan dan sejauh ini sih hasilnya masih dinilai bagus, walaupun ada pernah ditemukan kerupuk yang menggunakan bahan <i>rhodamin</i> yang berbahaya, itu pewarna kan. Nahh, itu juga langsung diberi peringatan, dan saat itu juga langsung disita. Ehmmm bukan disita sih, apa namanya, emmm diganti kerupuk itu untuk tidak boleh menggunakan jenis kerupuk itu. Kemudian, ada juga pernah ditemukan, apa namanya emmm <i>rhodamin</i> tadi sudah. Nah, kembali lagi ditemukan bahan <i>rhodamin</i> dalam makanan gula-gula, itu kan ada pewarnanya, pewarna merah gitu kan supaya keliatan cerah gitu kan. Nah, itu pakai pewarna dan itu tidak boleh, itu sudah kita musnahkan juga. Mereka ada namanya koldiner itu bidang pengawasan dan perlindungan konsumen, nah mereka melakukan pengawasan terhadap itu, dari segi makanan. Kalau kita mengawasi dari sisi pedagang yakni mengawasi dan melakukan pembinaan terhadap pedagang.</p>	Peran Mitra dalam Pengawasan
29.	<p>P: Berapa kali BPOM melakukan kontrol pak?</p> <p>I: Ini nanti kita akan lakukan kerja sama dengan BPOM, paling tidak dilakukan, minimal 2 bulan sekali untuk, emmm, melakukan pengawasan pengujian makanan itu. Kalau dulu, kita melakukan pengujiannya sesuai kebutuhan kita. Kalau pengen melakukan pengujian makanan, ya kita uji, Kalau saat keliatannya tidak ada yang perlu dicurigai, kita tidak mengundang mereka. Nah, pada saat kita makan di situ saat melakukan pengawasan, kok kayaknya ada yang mencurigakan dari makanannya, kita uji, kita undang BPOM.</p>	Pengawasan BPOM



No.	Percakapan	Taksonomi
30.	<p>P: Bagaimana alur yang ditempuh BPOM untuk melakukan uji makanan di Lenggang Jakarta dan adakah pemberitahuan terlebih dahulu terhadap pedagang?</p> <p>I: Kita tidak ada pemberitahuan ke pedagang, Dinas memberitahukan kepada Sudin untuk melakukan itu. Kemudian, pada hari mau pelaksanaan, kita datang baru memberitahukan kepada pengelola untuk menyiapkan tempat, dimana menjadi markas untuk pengujian makanan. Hanya itu. Tapi kalau hari sebelumnya kita ngasih tau, besok akan melakukan pengujian, ga melakukan hal itu.</p>	Alur Pengawasan Makanan
31.	<p>P: Apa ada sanksi yang diberikan bagi pedagang yang menggunakan zat berbahaya, seperti <i>rhodamin</i> tadi pak?</p> <p>I: Ada sanksi. Yang pasti, yang pertama kalau ditemukan langsung, makanan tersebut langsung kita amankan dan tidak boleh digunakan lagi dan diawasi berikutnya apakah masih menggunakan kerupuk itu. Jika masih menggunakan kerupuk itu, kita sita lagi. Pokoknya jangan sampai menggunakan bahan yang sama dan sudah dinilai berbahaya, dan juga diberikan surat peringatan, surat teguran ringan kepada para pedagang, karna kan pedagang itu ga bisa kita salahin juga. Siapa tau dia membeli, dari emm contohnya dari Pasar Senen atau darimana yang mereka pun tidak tahu itu yang sebetulnya sudah mengandung pewarna, gitu. Jadi, kita tidak bisa menyalahkan mereka secara seratus persen juga. Cuman mereka harus bisa segera mengganti jenis kerupuknya mungkin diganti dengan yang lain yang sudah sampai tidak menggunakan pewarna itu.</p>	Sanksi Pedagang yang Menggunakan Zat Berbahaya
32.	<p>P: Berapa kali batas diberikannya surat peringatan itu?</p> <p>I: Emm peringatan ringan mah sesuai dengan tatibnya itu, 7 hari dalam waktu 7 hari tidak melakukan perbaikan, dianggap melawan dan dikeluarkan. Tapi pada saat itu juga, mereka kan langsung mengikuti apa perintah kita kan gitu dan mereka langsung melaksanakan. Ga boleh pakai ini lagi ya, besoknya mereka ga mau menggunakan itu lagi, otomatis oke, mereka lanjut, seperti itu</p>	Batas Pemberian Surat Peringatan Ringan
33.	<p>P: Apakah ada program pengembangan Lenggang Jakarta dari Sudin sendiri? Misalkan dari luas wilayahnya atau program yang terkait pengembangan lainnya pak</p> <p>I: Kalau yang di Monas ini tidak. Akan seperti itu saja cukup karena sudah cukup lah itu untuk menjadi suatu <i>trend trademark</i> dari DKI Jakarta. Nah, untuk kelanjutannya, setiap 5 wilayah di DKI Jakarta. Kan di</p>	Program Pengembangan Lenggang Jakarta

No.	Percakapan	Taksonomi
	DKI Jakarta ada pusat, barat, timur, selatan, utara, itu diharapkan bisa membuat semacam Lenggang Jakarta di wilayah masing-masing. Ini kan <i>pailed project</i> dari Dinas di Monas. Setiap wilayah itu diharapkan bisa membuat Lenggang Jakarta. Cuman kalau Lenggang Jakarta di Monas, sudah cukup segitu, tidak akan ada lagi pengembangan.	
34.	<p>P: Apakah bapak mengetahui keluhan konsumen di Lenggang Jakarta? Lalu, apa saja tindakan penanggulangannya dari Sudin atau Dinas?</p> <p>I: Ada, bilanganya harganya kemahalan. Lalu, kita melakukan klarifikasi kepada pengelola kenapa dalam menentukan harga itu kok dinilai mahal oleh konsumen, gitu kan, kita hanya menyambung lidah aja. Karena kita makan disitu pun, saya pikir layak lah diberikan harga segitu karena dilihat dari kualitas makanannya pun sudah lebih higienis, lebih bersih, sudah terjamin dan ada sertifikasi Halalnya. Kemudian, sudah diawasi secara berkala oleh BPOM. Saya pikir sih wajar dengan harga segitu. Mungkin kalau dinilainya jadi lebih mahal, biasa makan di pinggir jalan kali, ga tau juga ya. Karena kan ini coba kita liat, kualitasnya mereka kan sudah naik kelas gitu walaupun dari wataknya mereka belum naik kelas, <i>mindsetnya</i>. Tapi perlahan-lahan kita latih mereka dari orang yang tidak bisa baca tulis, tapi mereka mau menggunakan e-money, itu kan suatu teknologi yang jauh yang mereka itu ga ngerti, yang mungkin kadang mereka ga ngerti menggunakan itu tapi mereka mau berusaha dan mengerjakannya. Ya harus kita berikan apresiasi ke mereka.</p> <p>P: Apakah ada keluhan lain selain harga pak dari konsumen?</p> <p>I: Emm, sofa tidak ada, yang paling sering dikeluhkan itu tentang harga.</p>	Keluhan Konsumen terkait Harga
35.	<p>P: Apakah ada evaluasi dari Sudin?</p> <p>I: Kita ada evaluasi secara berkala ada dengan Dinas Koperasi, Sudin dengan pengelola itu setiap sebulan sekali atau dua bulan sekali, kita akan evaluasi. Kalau dulu mah masih sekitar dua minggu sekali kita lakukan evaluasi tapi karena sudah berjalan dengan baik atau <i>pailed</i> gitu kan sudah bisa bergerak sendiri, kita evaluasinya sebulan sekali</p> <p>P: Apa saja hasil dari evaluasi tersebut?</p>	Tindakan Evaluasi dari Sudin

No.	Percakapan	Taksonomi
	<p>I: Sejah ini sih ga ada. Emm, paling yang masih sering kedengaran itu, pedagang masih suka menerima uang <i>cash</i>. Ya sebetulnya sih, kita mau melatih mereka supaya bisa terlihat dalam pembukuannya. Kalau <i>e-money</i> kan dia langsung keliatan. Kita uang masuk berapa terus uang yang keluar, yang mereka belanjakan itu berapa, itu bisa langsung ketauan. Jadi, dalam pembuatan pembukuan terhadap mereka akan lebih mudah kalau menggunakan <i>e-money</i>, gitu.</p>	
36.	<p>P: Apakah ada sanksi untuk pedagang yang melakukan uang <i>cash</i> ?</p> <p>I: Kalau sebelumnya, kita belum melakukan sanksi secara keras, cuman kita selalu menghimbau menggunakan <i>e-money</i> karna Lenggang Jakarta adalah area <i>cashless</i> tanpa uang. Jadi hanya melalui kartu gitu, ngetap aja.</p>	Sanksi bagi Pedagang yang Menggunakan <i>cash</i>
37.	<p>P: Apa tujuan menggunakan pembayaran melalui <i>e-money</i>?</p> <p>I: Teknologi sih. Kita mau menggunakan teknologi yang ada supaya memberikan pembelajaran juga kepada pedagang dan juga masyarakat. Sebetulnya dengan menggunakan kartu kita lebih safe daripada kita pakai duit gitu kan, duit nanti kalau kebanyakan dompetnya tebal. Kalau kartu kan cuman segitu aja terus bisa langsung ditenteng. Kita kasih pembelajaran aja tentang teknologi yang ada.</p>	Tujuan Sistem Pembayaran <i>cashless</i>
38.	<p>P: Aspek apa saja yang diperhatikan dari segi pedagang dan pemilihan lokasi lenggang Jakarta?</p> <p>I: Aspek ekonomi pastinya disitu.</p> <p>P: Hanya dari aspek ekonomi saja pak baik itu dari segi pedagang maupun pemilihan lokasi?</p> <p>I: Iya ekonomi saja karena kan disitu sebagai usaha ya.</p>	Aspek yang Diperhatikan dalam Pemilihan Lokasi dan dari Pedagang

### INFORMAN WAWANCARA

Nama : “K” (Pedagang Lenggang Jakarta)

Tanggal Wawancara : 20 Januari 2016

Waktu Wawancara : 12.45 WIB – 14.30 WIB

P: Penanya

I: Informan

No.	Percakapan	Taksonomi
1.	<p>I: Kalau kurang, masak. Kurang, masak, gitu. Kalau ada yang ga laku, dibuang aja kalau sama saya, kan katanya ga boleh lagi. Kalau di sini kan ga boleh, di sini kan dites tiap bulan.</p> <p>P: Maksudnya tiap bulan itu, sebulan sekali gitu ya pak?</p> <p>I: Iya sebulan sekali. Ada yang pake tawas, formalin, pengawet itu ga boleh. Dikontrol juga itu. Pake boraks itu, tau semua itu ketauan semua itu, ketauan itu. Yang dagang disana kena juga.</p>	Pengawasan Stakeholder BPOM
2.	<p>I: dari si bulan yang kemarin itu pas liburan kemarin itu. 7 bulanan yang lalu. Bulan kemarin itu, bulan 6 mulai.</p> <p>P: Bulan Juni ya pak?</p> <p>I: Iya, Juni.</p>	Tanggal Masuk Lenggang Jakarta
3.	<p>P: Tadinya dagang dimana pak?</p> <p>I: Itu emang ada di sini, pasar juga cuman pake tenda, pake tenda-tenda, pake gerobak. Saya kalau disini ga dapet, ditariknya ke dalam monas gitu dulu. Dulu masih boleh ke Monas. Ada yang jualan di sini, ada yang ke dalam, gitu. Dulu kan pake gerobak, kalau ga laku di sini, di bawa ke monas. Jadi, laku terus.</p>	Lokasi Awal sebelum Relokasi.
4.	<p>P: Sebelumnya, ada pemberitahuan ga Pak kalau tempat dagangnya mau dipindahin?</p> <p>I: Dikasih tau dulu, Cuma katanya mau dipindahin, ga dipungut apa-apa, ga ada peraturan ini-itu. Tapi nyatanya, harus belanja ke ini semua. Belanja ke kantor semua.</p>	Sosialisasi pra-Relokasi dan Aturan ke pedagang

No.	Percakapan	Taksonomi
	<p>P: Semua bahan belanja ada di situ pak?</p> <p>I: Iya ada.</p>	
5.	<p>P: Apakah ada pembayaran sewa kios makanan di sini pak?</p> <p>I: Langsung dipotong 30% dari tiap harga makanan. Kalau yang souvenir, baju-baju, itu bulanan itu. enak itu, termasuk murah itu.</p> <p>P: Dipotongnya berapa kalau bulanan itu?</p> <p>I: 250 itu buat sini. Itu termasuk murah. Termasuk murah. Yang 150 buat bank DKI. Jadi totalnya 400.</p>	Biaya Retribusi bagi Pedagang
6.	<p>P: Punya rekening mandiri juga bu?</p> <p>I: Ada. Yang makanan dikasih semua.</p> <p>P: Lalu, bagaimana cara mengambil keuntungannya?</p> <p>I: Ngambil duitnya ke bank mandiri</p>	Cara Pengambilan Keuntungan
7.	<p>P: Sebelum dagang disini, ibunya punya pelanggan tetap?</p> <p>I: Dulu tetap, yang dulu banyak. Sekarang berubah.</p> <p>P: Pelanggan ibu yang dulu, tau ga kalau ibu pindah ke sini?</p> <p>I: Ga ada. Yang dulu saya ramai</p> <p>P: Memang mereka ga datang ke sini lagi ya bu?</p> <p>I: Ga ada.</p>	Kondisi Pasca Relokasi
8.	<p>P: Sebelum pindah ke sini, ibunya dikasih batas waktu untuk pindah ga?</p> <p>I: Yang makanan tetap. Yang baju-baju 6 bulan sekali dikocok, dapet 6 bulan dikocok lagi. Dikocok ngambil nomer dari pihak pengelola di pendopo.</p>	Sistem Undi Penempatan Kios
9.	<p>P: Sebelum pindah ke Lenggang Jakarta, apa ada pemberitahuan terlebih dahulu? Dikasih batas waktu berapa lama ya?</p> <p>I: Iya dikasih tau. Dulu dari sini pindah ke sana dari 3-5 bulan.</p>	Sosialisasi Pembongkaran Kios

No.	Percakapan	Taksonomi
10.	<p>P: Sebelumnya, ibu jualan apa?</p> <p>I: Dulu saya dagang pecel lele, pecel ayam, mie ayam. Sekarang dikasih nasi goreng kambing, ayam juga ada.</p> <p>P: Boleh nambah menu sendiri ya bu?</p> <p>I: Boleh. Engga apa-apa</p> <p>P: Kalau dagang, maksimal berapa menu bu tiap pedagang?</p> <p>I: Dulu dikasih satu-satu dek anak-anak. Sebentar lagi nambah pas lebaran.</p>	Menu yang dijual sebelum relokasi dan sesudah relokasi
11.	<p>P: Kalau mau nambah menu makanan, mesti lapor ke pengelola ga bu?</p> <p>I: Iya lapor dulu ke kantor pengelola</p> <p>P: syarat-syarat yang harus dipenuhi untuk nambah menu makanan, apa saja bu?</p> <p>I: Engga ada, kan ada surat-suratnya tinggal isi aja.</p>	Syarat Menambah Menu Dagang
12.	<p>I: Sekarang ga kayak dulu, pernah 3 hari ga dapet pelaris, kemarin saya aja dapat 2 piring hanya sabtu-minggu aja rame. Kalau pake gerobak itu rame, sekarang kan pake e-money jadi bingung. Yang ga biasa kan ga tau.</p>	Kondisi Pasca Relokasi
13.	<p>P: Kalau pembayaran melalui cash, bisa ga bu?</p> <p>I Bisa, tapi langsung kasih kasir juga, masukkin ke Bank juga duitnya</p>	Sistem Pembayaran
	<p>P: Ini setiap menu makanan langsung dipotong 30% ya bu?</p> <p>I: Iya, misalkan sepiring 20ribu langsung dipotong 6ribu. Dulu saya harganya nasi goreng sosis 30 dek, dipotong 9 ribu karna saya ga laku-laku, kepengen cepet laku diganti 20 tapi sama juga ga laku-laku</p>	Penurunan Harga Makanan Oleh Pedagang
14.	<p>P: Ada iuran kebersihan ga Pak?</p> <p>I: Kalau kebersihan, tanggung jawab pengelola tapi kita ini udah dipotong berapa persen, yang dipotong udah termasuk semuanya.</p> <p>P: Termasuk kebersihan juga pak?</p>	Retribusi Kebersihan dan Sumber Modal Pedagang

No.	Percakapan	Taksonomi
	<p>I: Iya 30% udah termasuk kebersihan juga. Kalau saya itu terima beresnya aja. Kita terimanya 20 itu 14 ribu. Modal itu dari kita, jadi untungnya berapa, kita ga tau lah, kita usaha gitu aja, daripada kita jadi orang pengangguran kan ga enak juga</p>	
15.	<p>P: Ada target penjualan untuk pedagang sekitar 5 juta per bulan, apa bapak dilibatkan untuk memberikan pendapat?</p> <p>I: Ga ada. Kalau yang liar, liar mungkin ada dari anak-anak. Preman, apa paling yang liar-liar aja. Peraturan paling ngikutin peraturan, nanti jalan keluarnya harus diikutin, gitu aja. Yang resmi kan tanda tangan kontrak ini, jadi ga ikut masalah liar. Yang liar ya liar, resmi ya resmi. Kalau semuanya ngikutin liar, yang ada setiap hari itu takutnya bentrok, kan ga enak juga.</p>	Peluang Konflik Pedagang Lenggang dengan Pedagang Tidak Resmi
16.	<p>P: Pedagang diwajibkan memakai kartu identitas dan seragam ya pak?</p> <p>I: Sekarang udah ada tapi kalau ada rapat wajib dipake. Jadi, liar ga liar itu keliatan. Kalau makanan lain, item polos bajunya. Kalau gelaran, kaos gitu.</p>	Pemakaian Seragam sebagai Pembeda dengan PKL Liar
17.	<p>P: Ini ibu dan bapaknya punya dagangan gelaran juga ya?</p> <p>I: Iya yang gelaran yang dagang anak saya dan mantu saya.</p> <p>P: Diperbolehkan ya bu punya dua dagangan gitu?</p> <p>I: Iya boleh, kan beda-beda</p> <p>P: Apa setelah pindah kesini mengalami kenaikan pendapatan?</p> <p>I: Enakan dagang disana, disana laku banyak. Disini sehari kadang laku satu, tiga. Lakunya dapet seratus ribu paling. Disini saya pernah ngalamin protes pengunjung yang dari daerah-daerah itu soal piring yang dipakai, katanya kita bukan kucing pak, saya kan jadi ga enak ngadepin kayak gitu. Dikasih 15 piring, masuknya mesti 300 ribu. Kalau ga ngambil-ngambil piring berarti kan ga laku-laku.</p> <p>I: Ini semenjak Pak Ahok dibersihin. Maunya bersih aja gitu tapi kita kan pemasukan dari pengunjung, kalau monas kan jam 8 malam ditutup, kalau dulu kan 24 jam</p>	Dampak Ekonomi Pasca Relokasi

No.	Percakapan	Taksonomi
	waktu pak fauzi bowo itu. Pintu gerbang paling engga ditutup jam 12 malam. Kalau ada pengunjung daerah itu dateng jam 5 mau ke pedagang, malah ga jadi karna ditutup akhirnya lama-lama kemudian males ke monas. Jadi kita ini kalau ga dapet siang, nunggu malem udah ga ada itu lagi.	
18.	<p>P: Untuk ngambil keuntungannya, bagaimana ya bu? Keuntungannya apa dilaporkan ke pengelola juga?</p> <p>I: Engga, itu udah pribadi. Nanti di cek sama kasir, sore jam lima, bawa sama mesinnya, semua dapet berapa ketauan. Tanda bukti struk ga boleh ilang buat bukti. Nanti separuh2 tanda buktinya, separuhnya saya, separuhnya kasir.</p>	Sistem Pengambilan Keuntungan
19.	<p>P: Selain disini, ada usaha diluar pak?</p> <p>I: Ga ada. Jadi di sini kita harus pinter-pinter, kenapa kita bisa ngomong seperti itu, barang kan 2-3 hari rusak, istilahnya itu mesti dibuang, kalau dibuang kecewa kan, nanti modal lagi itu apa. Kadang-kadang pengelola ga ada kabar pertanyaan gimana kabar pedagang semuanya. Taunya bersih. Sehari dapat dua piring kan mesti dimasukkan ke mesin, kalau ga dimasukkan kan ga enak juga, kok ini ga ada pemasukkan sama sekali, padahal kan itu pengunjungnya ga ada.</p>	Usaha Alternatif dan Sikap Pengelola
20.	<p>P: Apa disini ada pengawasan pak?</p> <p>I: kadang ada, kontrol aja, takutnya ada barang rusak tapi dijual.</p>	Pengawasan Pihak Terkait
21.	<p>P: Apa bapak pernah menyampaikan keluhan ke pengawasnya?</p> <p>I: Udah ngomong, Pak ini bagaimana pak jalan keluarnya, kalau monas sampe jam 12 malem, siapa tau kita ada tambahan sepiring-dua piring, kan begitu. Yaudah nanti pak gampang. Tapi kan sampe 7 bulan ini ga ada. Pengaruh monas ini kalau dari daerah mana-mana kan, tujuan ke monas, kalau suatu saat orang lapar pasti mampir.</p>	Pemyampaian Keluhan terkait Jam Buka Monas
22.	<p>P: Kondisi dulu dan sekarang, apa bedanya pak?</p> <p>I: Kalau dulu, ya Alhamdulillah enak banget sekali-sekali seneng, orang bilangnye dikejar tramtib ga dapet duit tapi kita ini dulu tetep dapet duit, kita ini ngaku kesalahan. Kalau kita ngikutin aturan semua, perut kita</p>	Kondisi Sebelum Relokasi



No.	Percakapan	Taksonomi
	ini mau dikemanain. Ini Jakarta, apa-apa bayar, buat sekolah, buat makan.	
23.	<p>P: Sebelum masuk disini, apa mendapat pelatihan pak?</p> <p>I: Dari Sosro. Pelatihan ya terima kalau ada pembeli, sikapnya bagaimana, harus sopan, pelatihan masak. Gitu aja. Diajarin juga ngecek ATM kita itu kebanyakan bodoh-bodoh, ntar dilatih, dikasih tau cara bayarnya gimana, ATMnya gimana, cara pake mesinnya. 2 bulan itu.</p> <p>I : Pelatihan gratis karna sosro yang ngasih makanan, minuman tapi ga tiap hari, tiap minggu dua kali. Nanti ada pengumuman tiap tanggal sekian, pelatihan ada lagi, terus kumpul di monas, dijemput sama sosro rame-rame ada tiga bis itu.</p> <p>P: Sesudah habis 2 bulan, ada pelatihan apa lagi pak?</p> <p>I: Ga ada. Habis dua bulan, dicek makanan. Nasi goreng umpamanya bumbunya apa. Dites per blok, nanti nasi gorengnya dicoba enak atau engga. Kalau belum enak rasanya, itu diulang-ulang lagi. Kokinya terkenal yang di tv.</p>	Pelatihan Pedagang
24.	I: Kata pengelola ini tanda tangan kontrak jangan sampe hilang, tapi kita waspada. Kalau kontrak ilang, bikinnya susah lagi. Kalau ilang kena denda. Kalau ada pertanyaan, itu sebagai bukti.	Kontrak Pedagang
25.	<p>P: Kalau belanja bahan-bahan, pembayarannya bagaimana pak? Biasa belanja di mana?</p> <p>I: Pakai cash. Di pengelola</p> <p>P: semua bahan makanan ada disi?</p> <p>I: Ada. Telor, ayam, daging, kecap, minyak goreng. Kalau memang dari rumah, dari pasar boleh. Cuman disini persiapan takutnya kekurangan, umpamanya belanja tanggung-tanggung langsung ke sini aja. Kalau banyak, di pasar. Kalau di sini kadang-kadang ga ad, lagi kosong. Belanja ke sana khusus pedagang, ga bisa umum.</p> <p>P: Belanja dimana pak biasanya?</p> <p>I: di satu orang aja, udah ketauan itu bagus barangnya.</p>	Sumber Pembelian Bahan Makanan dan Distribusi Barang dari Produsen yang sama

No.	Percakapan	Taksonomi
26.	<p>P: siapa saja pihak yang mengontrol ke sini pak?</p> <p>I: dari UKM, campuran lah. Dari kelurahan, dari pengelola, BPOM</p>	Pihak Pengawasan
27.	<p>P: Semenjak pindah ke sini, apa pernah mengalami konflik?</p> <p>I: Iya, masalah konsumen, nanti ada yang iri, sana laku terus, sini engga, kan gitu.</p>	Dampak Sosial terkait Konflik Internal
28.	<p>P: Pak, target yang sebulan 5 juta sudah ditetapkan belum? Saya lihat ada tempelan pengumuman tentang target sebulan 5 juta.</p> <p>I: Itu cuman tempelan aja. Tapi semua pedagang kan ga suka, ga mau, soalnya apa Disini kan banyak kamera harusnya diliat sepi apa engga, itu harus diurusin dulu. Terakhir kali rapat, dibilang target sehari 200ribu, ya kalau ada orang ga mau makan, dari mana 200ribu. Kalau pendapatan saya udah cukup sih oke-oke aja segitu. Pertamanya target sehari pendapatan kalau bisa 200ribu, ya kalau ga ada orang makan siapa mau ngasih 200 ribu. Yang kedua 5 juta sebulan, bapak kan tau dagangnya kayak gimana, emang gampang duit 5 juta sebulan. Coba bapak piker aja dulu, saya jadi pengolal, bapak jadi pedagang. Saya masih bisa ngomong, umpamanya saya ngomong target 10 juta, gampang ngomong tapi pembelinya yang mana. Coba bapak ga usah sebulan, dua hari aja lah duduk aja depan kios saya, saya mau jadi pengelola disitu, ga ada dirugikan, ga ada. Yang modalin saya tapi bapak nunggu disini.</p>	Respon terkait Target Penjualan
29.	<p>P: Pedagang gelaran, ada potongan 30% juga ga pak?</p> <p>I: Ga ada, itu bayarnya tiap bulan aja buat sewa kios.</p>	Retribusi Pedagang non-Kuliner
30.	<p>P: Pembeli pernah mengeluhkan harga makanannya ga pak?</p> <p>I: Pembeli ga pernah ngeluh masalah mahal atau ga mahal. Cuman yang bikin ribut, pengunjung dari luar kota, ga punya kartu, itu ada bacaannya kan pake kartu, nah itu yang bikin ributnya. Umpamanya pedagang daripada ga laku, 4 orang beli harganya 80 ribu ambil cash.</p>	Permasalahan terkait Cara Pembayaran
31.	<p>P: Apa pihak pengelola pernah mengadakan promosi? Apa pernah ada acara di sini pak?</p>	Respon Pedagang terkait Promosi dari Pengelola

No.	Percakapan	Taksonomi
	I: Promosi apa, gitu-gitu aja. Mulai ahok ga ada acara apa-apa di sini.	
32.	<p>P: Yang ada permainan itu membuat pengunjung bertambah dong pak?</p> <p>I: Iya bikin rame tapi mereka ga beli, cuman numpang duduk doang nunggu anaknya. Itu pengunjung bukan dari daerah-daerah, kalau dari daerah-daerah ga mungkin naik mainan-mainan paling maunya ke monas. Itu yang naik mainan-mainan paling orang Jakarta, tanah tinggi, senen.</p> <p>P: Apa yang mainan dan patung-patungan itu ada izin pak?</p> <p>I: Dapet izin itu soalnya menarik pengunjung</p>	Kurangnya Respon dari Konsumen
33.	<p>P: Apa harapan bapak kepada pemerintah dan pengelola ?</p> <p>I: Kita ini kan udah beberapa bulan ketauan ngeluh, jadi keputusan pemerintah itu harusnya ada bantuan atau apa karna pengelolanya ga ada, nanya aja ga pernah. Mau belanja tiap hari aja, mikir modal dapet dari mana.</p>	Harapan Pedagang
34.	<p>P: Tanda tangan kontrak ada masa berlaku ga pak?</p> <p>I: Berlaku seterusnya. Kalau saya ngomongnya dek itu sejujurnya, ga ada kelebihan dan kekurangan.</p>	Masa Berlaku Surat Kontrak
35.	<p>P: Disini dapat kartu anggota pak?</p> <p>I: Ada kartu anggota sekaligus kartu ATM, Kartu Lenggang Jakarta. Kartu Lenggang Jakarta bikin sendiri-diri, kalau ada yang mau bantuin mesti bikin kartu anggota dulu. Kalau ga ada kartu Lenggang Jakarta, nanti kena tegoran. Ini kartu anggota sekaligus ATM dari Bank DKI.</p>	Peraturan Kepemilikan <i>ID Card</i>

### INFORMAN WAWANCARA

Nama : Lisa (Konsumen di Lenggang Jakarta)

Tanggal Wawancara : 6 Februari 2016

Waktu Wawancara : 11.25 WIB - 11.33 WIB

P: Penanya

I: Informan

No.	Percakapan	Taksonomi
1.	<p>P: Menurut Kak Lisa, Bagaimana suasana di sini?</p> <p>I: Suasananya enak buat ngumpul yaa, enak. Terus buat sharing juga enak di sini</p>	Suasana Lenggang Jakarta
2.	<p>P: Bagaimana sistem pembayaran disini menurut kak lisa?</p> <p>I: Tadi dibidang ada e-money ya, kan ga semua pake e-money ya. Kalau bisa tunai aja semuanya.</p>	Persepsi Cara Pembayaran
3.	<p>P: Apa ada alasan khusus dengan saran kakak untuk sistem pembayarannya?</p> <p>I: kan orang awam itu ga semuanya kenal e-money ya. Lebih baik sih pakainya tunai, biar ga ribet juga. Kalau e-money kan harus nyari dulu kan e-moneynya walaupun emang udah disediakan tapi kalau kita sendiri beli aja, kayaknya lebih enak tunai deh. Kalau menurut aku ya. Walaupun emang punya e-money juga gitu, kan orang-orang kalangan awam belum semuanya tau.</p>	Ide Cara Pembayaran
4.	<p>P: Aku mau nanya lagi nih sama kakak, mau minta pendapat mengenai makanan di sini. Untuk makanannya yang dijual di sini, apa sesuai dengan selera kakak?</p> <p>I: kalau makanan di sini lumayan, lumayan enak. Tapi kurang banyak aja menu variannya. Soalnya hampir sama disetiap kios ya, mungkin bisa diperbanyak aja variannya</p> <p>P: Jadi setiap kios ingin beda-beda makanannya ya kak?</p> <p>I: Iya beda-beda.</p>	Selera Konsumen terkait Menu Makanan
5.	<p>P: Apakah kakak lebih menyukai makanan khas lain?</p>	Selera Konsumen terkait Makanan Favourite

No.	Percakapan	Taksonomi
	I: Aku suka khas Indonesia. Makanan Indonesia.	
6.	<p>P: Menurut penilaian kakak, bagaimana makanan disini dari segi kebersihan atau kualitasnya? Lalu, dalam pengracikkan makanan di sini, apakah kak lisa merasa ragu atau percaya dengan pedagang di sini menurut situasi dan kondisi Lenggang Jakarta?</p> <p>I: Makanan di sini bersih dan saya juga sama percaya dengan pedagang disini</p>	Persepsi Higienisnya Makanan yang Dijual
7.	<p>P: Bagaiman pelayanan para pedagang disini menurut kak lisa?</p> <p>I: Pelayanannya baik, ramah.</p>	Persepsi terkait Pelayanan Pedaganga
8.	<p>P: Apakah kakak berniat untuk kembali lagi kesini?</p> <p>I: Berniat, berniat. Malah pengen buka kayaknya. Kalau di sini, makananya diambil kan ya, pengennya sih makanannya prasmanan, ambil sendiri gitu. Kayaknya lebih asik juga soalnya suasananya juga terbuka.</p>	Ide terkait Cara Penjualan
9.	<p>P: Menurut kak lisa, dari segi makanan disini. Bagaimana pendapat kak lisa mengenai penataan makanan yang di etalase kaca di sini?</p> <p>I: Rapi, rapi kok di sini. Bersih juga kok.</p>	Persepsi terkait Penataan Makanan
10.	<p>P: Aku mau minta pendapat juga mengenai pedagang asesoris di sini. Menurut kak lisa, bagaimana pendapat kak lisa dari segi harga dan penataan pedagang tersebut ?</p> <p>I: Kalau asesorisnya kurang, kurang banyak aja menurut aku. Kalau asesoris kan banyak fungsinya, kalau tadi yang aku liat cuman ada beberapa aja ya yang menurut aku, ga berguna lah istilahnya tapi yang buat oleh-oleh sih lumayan tapi harganya agak lumayan mahal sih.</p>	Selera Konsumen terkait Pedagang non-Kuliner
11.	<p>P: Bagaimana harga makanan di sini kak?</p> <p>I: Harga makanan di sini, jelas beda ya sama yang di luar. Porsinya sama tapi lebih murah di luar sih.</p>	Selera terkait Harga Makanan
12.	<p>P: Apakah ada langganan pedagang disini?</p> <p>I: Ga ada.</p>	<i>Networking</i> antara pedagang dan konsumen

Nama : Priska (Konsumen Lenggang Jakarta)

Tanggal Wawancara : 9 April 2016

Waktu Wawancara : 11.10 WIB - 11.34 WIB

P: Penanya

I: Informan

No.	Percakapan	Taksonomi
1.	<p>P: Bagaimana pendapat kamu mengenai suasana Lenggang Jakarta?</p> <p>I: Menurut saya, untuk tempat yang dekat wisata kan ya, lumayan sepi, aturan tuh lebih ramai dan kurang rapi anatara pedagang makanan, pedagang kios, dan pedagang mainannya itu. Harusnya lebih dirapihin supaya orang-orang lebih interest datang ke sini. Jadinya sama aja kayak pasar tapi harganya mahal.</p>	Suasana Lenggang Jakarta dan Ide Penataan Pedagang
2.	<p>P: Bagaimana pendapat kamu mengenai system pembayaran di sini?</p> <p>I: Emmm. Terlalu berlebihan ya karena akan memberatkan dan bikin ribet, beberapa orang mikir mendingan belanja di tempat lain daripada di sini, ribet. Harusnya sih pake uang cash biasa aja, ga usah pake e-money. Disini juga kan orang-orang yang datang dari luar mau wisata ke monas, mereka akan lebih bingung e-money itu apa karena kan baru diterapkan di DKI Jakarta aja dan bagi saya yang tau e-money pun males sebenarnya mau makai e-money, karena kan jarang ke sini dan ga akan terpakai sering juga kan. Sama aja kan kayak kartu busway, orang yang ga sering naik busway pun males beli kartu busway karna ga sering naik busway. E-money itu sebenarnya bagus membuat kita lebih mengikuti arus globalisasi sekarang ya ikutan teknologi canggih istilahnya tapi orang-orang lebih milih bayar dan tinggal makan.</p>	Persepsi Cara Pembayaran
3.	<p>P: Apakah berbagai jenis-jenis makanan di sini sesuai selera kamu?</p> <p>I: Sesuai selera sih, cuman disini sepi sih ya, keliatannya pemasarannya kurang. Biasanya kalau makananya mahal tapi pemasarannya bagus bisa lebih <i>interest</i>. Disini kurang menarik, yang menarik hanya hiburan di sana aja. Terus disini kurang ramah juga, tadi aja aku baru duduk terus</p>	Selera Jenis Makanan, Persepsi Harga dan Pelayanan

No.	Percakapan	Taksonomi
	<p>langsung disamperin dan ditanyain mbak udah mesen apa belum, jadi yang tadinya pengen duduk sambil lihat-lihat makanan jadi ilfil duluan, lebih baik ke hiburan sana yang ga akan diganggu. Apalagi kita lagi duduk nih, terus diliatin, disamperin, yang tadinya mau nyaman malah kayak mau maling aja disini. Disini juga keliatannya mahal, tuh lihat aja pengunjung banyak tapi keliatannya ga interest ke sini ya.</p>	
4.	<p>P: Apa makanan khas yang menjadi selera kamu? I: Khas Indonesia.</p>	Selera Makanan Khas Daerah Tertentu
5.	<p>P: Menurut kamu, Bagaimana kebersihan makanan disini? I: Bersih sih tapi ga tau mengandung boraks atau formalin. Kan kita ga tau. P: Kamu percaya ga makan disini? I: Percaya kok karna disini kan ada yang ngawasin, ada pengelolanya juga. Jadi kalau kita kenapa-kenapa pas makan di sini, kita bisa tuntutan dia</p>	Persepsi Kebersihan dan Kepercayaan Konsumen
6.	<p>P: Bagaimana penataan pedagang makanan dan asesoris di sini? I: Menurut saya, elit vs rakyat jelata. Yang makanan untuk elit-elit gitu dan yang asesoris ibarat rakyat jelata. Saya ngeliat ke sini sekilas kok kayaknya mahal banget, sedangkan kalau lihat yang kios itu sama kayak yang di pasar kayaknya murah nih. Disini udah bagus, harusnya lebih disamakan aja, disini bagus, harusnya yang di kios juga sama.</p>	Persepsi Penataan Pedagang
7.	<p>P: Bagaimana harga makanan disini menurut kamu? I: Harga makananya mahal, asesorisnya murah, kayaknya ini karna pemasarannya kurang. Coba kalau dipasang spanduk gitu yang menjelaskan tentang makanan disini halal, terjamin, atau apa gitu atau ada life music atau ada tv yang gede kayak di mall-mall, tapi itu tvnya mati kan bisa santai sambil nonton tv.</p>	Persepsi Harga Makanan
8.	<p>P: Apa ada keluhan lain selain yang sudah disebutkan tadi? I: Kurang ramah, sebenarnya disini suasananya enak ya tapi kalau ada wifi disini bisa jadi tempat yang bagus dan kenceng banget terus bayarnya bisa pakai e-money.</p>	Ide terkait Fasilitas

No.	Percakapan	Taksonomi
9.	<p>P: Apakah kamu memiliki langganan pedagang di sini?</p> <p>I: Di sini sih ga ada ya. Dulu pernah sih beli ketoprak di Monas tapi mahal banget, dikit juga porsinya dan ga enak. Penipuan itu namanya. Seporsi harga 30 ribu.</p>	<i>Networking</i> Konsumen dan Pedagang



### INFORMAN WAWANCARA

Nama : Yuanita Aprilandini, M.Si

Tanggal Wawancara : 12 Januari 2017

Waktu Wawancara : 14.00 WIB – 15.00 WIB

P: Penanya

I: Informan

No.	Percakapan	Taksonomi
1.	<p>P: Jadi, ada penjual terbagi dua. Yang satu, yang diformalkan di Lenggang Jakarta. Lalu ada kaki lima. Kaki Lima terbagi dua lagi, mappingnya, di luar dan di dalam lingkaran monasnya itu. Filosofi dasar penataan adalah merapihkan sehingga terbit Perda dan sebagainya, tapi kalau ngeliat esensinya yang namanya ekonomi informal ini kan, PKL masuknya non-Formal Economy ya emang dia di luar aturan itu, itu uniknya PKL kan. Kalau dia udah formal, memang masih PKL, kan dia ga masuk kriteria <i>non-Formal Economy</i> atau ekonomi informal. Dia satu sisi positif karna ketika banyak pengangguran, dia bisa <i>survive</i> karna tidak banyak aturan, tidak banyak kualifikasi, dan lainnya.. Banyak PHK, larinya ke dagang kaki lima, tapi dibalik itu semakin banyak pertumbuhan PKL yang tidak diatur itu jadi boomerang makanya harus diatur. Diatur berarti memformalkan yang tadinya informal, nah itu tidak mudah karna memang filosofinya dalam kajian ekonomi sosiologi pun itu disebut <i>shadow economy</i>, <i>informal economy</i>, rohnya dia emang ga teratur.</p> <p>Sekarang Pemda mau menata, sekarang pertanyaannya, dia bisa menata wilayah, tapi dia bisa ga mengubah <i>mindset</i> yang tadinya <i>mindset</i> PKL tidak teratur, menjadi teratur. Ini kita ngomong <i>human</i>. Kalau penataan spasial, itu gampang, tinggal ngasih kavling A B C D, itu punya si ini, itu gampang tapi mengubah <i>mindset</i> itu susah supaya pedagang mau berdagang disitu dan tetap disitu dan konsumen juga beli ditempat yang disediakan, itu bukan ciri khas ekonomi informal. Mengubah <i>mindset</i>, berarti antara pedagang dan konsumen juga iya. Kalau konsumen yang berhubungan dengan PKL, yang paling dekat yang bakalan dia beli nih. Jadi selama saya liat, dua kali ke monas malam minggu, justru yang saya liat yang sepi justru yang di IRTI itu, yang rame malah kaki lima yang paling mendekat ke dalam karna aksesnya gampang kan. Lapar tinggal beli, kan kita kebiasaan beli di dekat patung monasnya, bukan di dekat IRTI. Karna kan buat yang jalan dan mau lari, apalagi malam minggu disitu. Karna kesalahannya itu adalah memformalkan informal ke formal, tidak semudah</p>	Menginformalkan Sektor Formal

No.	Percakapan	Taksonomi
	membalikkan telapak tangan ini kan udah dibikin penataan, tapi ternyata masih ga tertib juga kan, ada permainan oknum Satpol PP, bukannya menertibkan malah main mata sama pedagang.	
2.	<p>P: Menurut Ibu, bagaimana dengan sistem pembayaran yang <i>cashless</i> di Lenggang Jakarta?</p> <p>I: Saya ga pernah makan di IRTI. Biasa makan di dalem, soalnya makan lalu bayar, makan lalu bayar (tunai). Nah, ini. ini juga membingungkan, kalau orang punya e-money mesti ada tabungan di e-money itu. Paling yang punya konsumen dengan kelas sosial minimal kelas menengah, Sekarang pengunjung monas, yang namanya monas itu kan punya konsep wisata murah-meriah. Pas ga kalau konteksnya wisata murah, tapi punya konsep e-money. Sementara e-money dimiliki oleh orang yang kelas menengah dan seberapa banyak sih konsumen yang punya tabungan di e-money untuk belanja disitu. Seberapa sering sih yang kesana, paling yang kesana cari yang murah dan gratis, seperti pembantu rumah tangga, supir pada pacaran kan karna ke mall mahal, bioskop apa lagi. Makanya mereka pilih ke Monas. Memangnya mereka punya e-money. Menurut saya, salah prediksinya. Itu sebenarnya ga sinkron.</p> <p>Kalau misalnya Monas mau dibikin <i>brand</i>, jadi pergeseran <i>brand</i>, bisa juga, contoh hal tersebut Malang. Tadinya yang wisatanya kelas bawah jadi kelas elit tapi gandeng kapital. Contoh, Ada perusahaan yang bikin museum transportasi malang, jadinya kan bagus banget di Malang, memang sengaja dibuat supaya naik derajat, naik kelas. Tapi <i>creatonya</i> jangan nanggung, jangan hanya bikin e-money, tapi sarpras yang menyimbolkan kelas menengah ga da. Kalau memang Monas dari awal esensinya untuk hiburan rakyat dan wisata murah meriah, harusnya penataan itu disesuaikan dengan rohnya. Bukan membuat jadi sistem <i>e-money</i> menurut saya. Justru membangun panggung yang tiap malem bisa pentas, misalnya kesenian dan dibebaskan orang jualan, misalnya orang bebas berjualan tapi di area ini. jadi itu rakyat. Karna tempat wisata kayak gitu, jarang di Jakarta. Pemerintah bisa juga sediain panggung dan <i>sound system</i>, jadi komunitas-komunitas bisa pentas disitu. Ga usah dipungut bayaran setiap orang mau pentas, kan banyak tuh nanti yang nonton, itu hiburan rakyat, tapi disediakan juga petugas yang mengatur jadwal pentasnya, biar ga bentrok.</p> <p>Kalau misalnya wisata kayak waterboom, yang sekali masuk Rp 200.000 itu kan segmennya beda, itu pake <i>e-money</i> engga apa-apa. Kadang, kita ngebangun, lupa. Lupa itu awalnya apa, Contoh, ada nih di Thailand, itu ga semuanya diabisin di daerah Puket untuk <i>International Tourism</i>, ada kampung-kampung penduduk lokal yang tetap dipertahankan kekampungannya tapi diperindah, jadi wisata kampung tanpa mengusir orang-orang kampung itu, lalu dijual ke turis mancanegara, kan pada suka itu, dibikin paket-paket</p>	Penataan PKL dari Esensi Monas

No.	Percakapan	Taksonomi
	<p>wisatanya gitu.</p> <p>Ada contoh penataan di BKT, disitu rapi itu. Jadi disediakan bangku-bangku untuk orang berinteraksi, disini ada pedagang dan disana, lalu disini ada lapangan yang anak-anak bisa main bola. Kalau PKL mau dihilangkan itu ga bisa, karna banyak kan yang lagi di PHK. Jadi, disatu sisi dia sebagai katup pengaman kalau ekonomi formal ada apa-apa. Kalau lagi ada PHK besar-besaran, kan orang larinya ke dagang, dengan modal sedikit buat dagang bisa.</p>	
3.	<p>P: Menurut Ibu, apakah penataan perlu mencontoh Negara maju?</p> <p>I: Harusnya. Dari sosiologi, mau menata orangnya juga harus ada pendekatan secara sosial, harus memperhatikan <i>culture</i> orang. Mencontoh dengan Negara maju, tapi yang mirip, misalkan Asia, Thailand, Malaysia. Itu mereka ngaturannya gimana, coba dilihat. Bikin kebijakan juga harus ada kajian dari planologi, sosiologi, antropologi untuk kajian naskah sosial budayanya.</p>	Contoh Penataan dari Negara Maju

## DATA PKL LENGANG JAKARTA

NO.	NOMOR ANGGOTA	NAMA	NOMOR KTP	NOMOR KK
1	K001	Abd Asis	3171043004730004	3171040501042850
2	K003	Ahmad Rudi	3171041405079001	3171040501094170
3	K004	Ali Usman	317102007740003	3171060501097400
4	K005	Alim	3171040211750007	3171040501094490
5	K006	Andi	3171070107680002	3171071601092692
6	K007	Arifin	3171021303830003	3171021602110002
7	K008	Asan	3171040607830009	3171042011100056
8	K009	Aswi Rizal	3171032712470003	3171032101090025
9	K010	Baidah	3171044107871005	3171040402111002
10	K011	Baniyah	3171074602610003	3171071501092621
11	K012	Berlin	3171010912660902	3171010101091806
12	K013	Cahono	3172032807700013	3172032012100112
13	K014	Casminah	3171044311621001	3171040901090663
14	K016	Dismawati	3171086001650001	3171081001095395
15	K017	Edy Putra	3173071005610007	3173070701098423
16	K018	Engkus Ubaedilah	3674030406740006	317108200212005
17	K019	Enni Limbong	3173034507711001	3173032511141009
18	K020	Anisa	3171035210761001	317103211100014
19	K021	H. Haki	3171010502700003	3171010101090808
20	K024	Asbiyah	3171046109860003	3171042606141003
21	K028	Herawati Siregar	3171044202580004	3171040502100020
22	K029	Idi	3171063008740003	3171060501098614
23	K032	Jamaludin	3172040309690006	3172041201091535
24	K033	James Laleno	3171012212570001	3171010101099330
25	K034	Jasur	3528051707790003	3171040707141002
26	K035	Kasmani	3173071008620005	3173071011110008
27	K036	Kaswati	3171084502780004	3171081301092714
28	K037	Lilih Mulyah	3171034905780005	3171032001092866
29	K039	Madani	3528051009690002	3171041908131013
30	K040	Majammah	3171064107730001	3171041405141001
31	K041	Makin	3527051703790000	3171040412131010
32	K043	Mardisa	3528054107700092	3171042107111002
33	K044	Marnil	3171065604771001	
34	K046	Martini	3173014905580001	3173070811110017
35	K051	Matsekki	3171013112020016	3171011410110006
36	K052	Matsulham	3171040502700001	3171040501093421
37	K054	Mohammad	3527050107852299	3171041802131003
38	K055	Monakib	3171061101770002	3171062008100014
39	K057	Mukarsari	3172045602600002	3172041710131017
40	K058	Munawaroh	3171065607710006	3171062710110001
41	K059	Nadi	3171040608840013	3171041910110010
42	K060	Nahimah	3171044610850007	3171040208111008
43	K061	Na'rup	3171040512680003	3171041704131012
44	K062	Nasir	3171041605760005	3171041810110027
45	K063	Naŕmat Mustopa/Asmar Yani	3171075401590003	3171071201097902

46	K065	Nauwir	3171042806820004	3171040501093848
47	K066	M. Kurdi	317106015690003	3171060501097382
48	K067	Ni'mah	3171044203790011	3171041703140005
49	K068	Pari Dewi	3172045204680002	3172041308100078
50	K070	Hatijah Rapote	3175066808830018	3175062411140011
51	K071	Pujiyanto	3275050904700011	3171070707141009
52	K072	Rahmawati	3174054404720012	3174051806120254
53	K073	Rosyid	3171040612750003	3171040501091859
54	K075	Ruddin	3171040104840003	3171040803131013
55	K076	Rudi	3171020807880002	3171021606110012
56	K077	Sahidin	317104026850002	3171042601111013
57	K078	Salim	3212011209830002	3171082611141010
58	K079	Salminah	3171034606550001	3171032001099234
59	K080	Samali	3174040310620003	3174040501095332
60	K081	Samuna	3171045106650003	3171040501093063
61	K082	Sarwani	3174041012570008	3174040902120011
62	K083	Silahudin	3171081906590005	3171080106110027
63	K084	Siti Maria Ulfa	31730471110760004	3173040901098346
64	K086	Sri Wahyuningsih	3674046905760004	3171052208141014
65	K088	Sukowibowo	3171012510670002	3171010101092695
66	K089	Sunarta	3172052004700010	3172050610111047
67	K090	Sumidah	3171065507720002	3171060501092584
68	K091	Supardi	3171062506730003	3171060501098388
69	K092	Supartini	3174055402680005	3174051501091269
70	K093	Suprpto	3175071104570011	3175070901093225
71	K094	Tarmo	3171060706740005	3171060501094021
72	K095	Nawir Ramli	3172301601710012	3172031105110012
73	K096	Warimin	3312252305650001	3173012808131012
74	K097	Wasila	3171066708780002	3171060106100027
75	K098	Yayan	3209282101650002	3171042309131003
76	K100	Zaenal Abidin	3208300412790001	3171062911121001
77	K104	Hermanto	3171061103811001	3171062006121008
78	K105	Aliyah/Efendi	3171061803930006	3171062912141004
79	K106	Netty Yulia Wati	3201376707700002	3175102509141026
80	K107	Saapatun	3171075811581001	3171070801151014
81	K116	Slamet	3171011908760002	3171010101092615
82	K117	Abdul Hamid	3174040201770015	3174040711110012
83	K118	Sugiyarti	3172036106080004	3172032301097718
84	K119	Rukiyah	3171045005830003	3171062305131001
85	K120	Soleman	3328141207570002	3171042205141002
86	K121	Emi warti	3171086609550001	3173071702111012
87	K123	Duladi	3213181107550001	3171040409141011
88	K124	Rohmani	3174042302630001	3174040601095392
89	K125	Hosnan	3528062104810004	3171040611131003
90	K126	Supriyadi	3171061008790002	3171040601100009
91	K127	Junita	3171044606850003	3171040601092782
92	K129	Siti Romlah	3174034206570001	3174031001097101
93	K130	Bukhori	3171060301690001	3171060501090672
94	K131	DulFathah	3171060708730001	3171060501098763
95	K133	Ny. Wiwiek Harini	3174015603510002	3174012101091571

96	K135	Esjar	3171041808550005	3171040707141012
97	K136	Harmon Koto	3171031601095285	3171031706670007
98	K137	Hasan Basri	3171041110790001	3171040501091166
99	K138	Holly	3527052802870008	3171061606141002
100	K139	Hosnan	3171041004730003	3171040601094979
101	K140	Madrae	3171040505700004	3171042511101002
102	K141	Sukini	3321145011550001	3171060812141003
103	K142	Marlindo	3171062006740005	3171061103100023
104	K143	Marsini	3171064706790001	3171060501093754
105	K145	Mat jeri	3171060107850007	3171061203141006
106	K146	Munawah	3527056109910001	3171060410111007
107	K148	Tohe	3171011105840004	3171012904100007
108	K149	Umiyeh	3171045004820009	3171042011100050
109	K150	Wakib	3171041506760010	3171040501094053
110	K151	Zehroh	3171016006830003	3171042110111017
111	K152	Syerlina W. P.	3276015906920005	3175062302121045
112	K153	Novita	3172015011890003	3172012210101020
113	K154	Giyoto	3520011906610001	3173071301151006
114	K155	Wafa	3527051809860001	3171062911111008
115	K156	Ahmad Ad'kha	3320022804960003	3171042412141001
116	K157	Satori	3171040304870005	3171042011100036
117	K158	Mahmun	3171011204730002	3171010707100052
118	K159	Bujang	3175041607650008	3175042707111031
119	K160	Mat	3171090902880001	3171041910111025
120	K161	Sulamah	3171045109670002	3171041006110008
121	K162	M. Syafie	3171010705810001	3171010706100011
122	K163	Marwah	3528064107840359	3171060201131000
123	K164	Sulis	3171064810821001	3171062912111010
124	K165	Wiga Widia Astuti	3171064711940001	3171062402151004
125	K166	Matsahit/Haliyah	3171011704811002	3171010804111005
126	K167	Abdul Majid Adji	3173031910760003	3174020701093962

## DATA PKL LENGANG JAKARTA

NO.	NOMOR ANGGOTA	NAMA	NOMOR KTP	NOMOR KK
1	P001	Tiseh	3526144107720304	3171040501092956
2	P002	Abdul Adzim Fatahilah	3173070608820001	3174031904121007
3	P003	Agus Supriyatna	3203122206590003	3203123011059723
4	P004	Afridedi	3671131104750001	3173081912141016
5	P005	Agus Efendi	3173070108700011	3173072210130001
6	P006	Agustian	3171081304630001	3171081001093239
7	P007	Akhirudin	3174103112640012	3174101301098831
8	P008	Akmal	3174072311690003	3174071201097422
9	P009	Anas Surya	3171032504650009	3171032504110046
10	P010	Andika Marlin	3175071403850013	3174051102131003
11	P011	Aras Bin Santalia	3171031005670012	3171032102120001
12	P012	Arianto	3173071204720002	3173071601097628
13	P014	Alamsyah	3671132304780013	3173070312141001
14	P015	Asrial	3174100101500005	3174100501091508
15	P016	Azwar Tanjung	3175031608560002	3175032001099312
16	P017	Patmi	3527054709940001	3171040406131010
17	P018	Bandi	3174032802610001	3174032308110016
18	P019	Bonhendri	3174102004690005	3174100601094094
19	P020	Budiman Syarif	3174011411760002	3174010501099645
20	P021	Firmansyah	3174102011880001	3174101610131003
21	P022	Bujang M.	3175071505600015	5707.082183
22	P023	Damrus Asril	3174051212810017	317405140109033
23	P024	Dasril	3171081110721001	3171082801111010
24	P025	Dasril Lubis	3171072512620008	3171071201100035
25	P026	Muhlis	3528051110880015	3171061205141006
26	P027	Depri Saputra	3171042110730003	3171041003110015
27	P028	E . Nurlela. S	3174074303720001	3174070701096276
28	P029	Hermansyah	3175060803660012	3175061901120008
29	P030	Edward Simarmata	3175101405570004	3175101201096947
30	P031	Endah	3173010510620021	3173011101096139
31	P032	Endah Tantiwati	3173046801810001	3123041412111005
32	P033	H. Abdul Rochman	3171042511760002	3171040501094782
33	P034	Haji Nur	3171046107750002	3171040501092775
34	P035	Harianto	3171081707660011	3171082307140003
35	P036	Hartini	3171085105680003	3171080601098849
36	P037	Hasim	3171040711700009	3171042011100049
37	P038	Hoidi	3171061210801001	3171061301111013
38	P039	Hermawati	3174054909560002	3174051701098988
39	P040	Alex Belini	3171071612751001	3171073001131003
40	P041	Hosnan	3171060901770006	3171061802110010
41	P042	Ikwan Wani	3173072510780009	3173071402110083
42	P043	Joni Irwanto	3174102401861001	31741024111018
43	P044	Karno	3172040202570006	3172040507120014
44	P045	Kasmi Indrawati	3174106712680005	3174100501094317
45	P046	Komarudin	3216061305600002	3175011107131010

46	P047	L. Albiner Siahaan	3172021712500004	3172020801094819
47	P048	Lena	3174106412870003	3174100708141016
48	P051	Lukman Hakim	3171012001800008	3171011103091980
49	P052	A. Faisal	3174011505790001	3174010801099500
50	P053	Maisyarah	3174015007710001	3174010501091339
51	P054	Eman	3528051106770006	3171041311141012
52	P055	Mansur Daud	0174041708570005	3174041201097315
53	P056	Mardi	3171052002630002	3171051401096177
54	P057	Mardi	3174052107610003	3174051601093504
55	P058	Muhammad Julio Farizca	3173050707940002	3173051301093594
56	P059	Riduan . S	3173051811620011	3175061401151023
57	P060	Taufik/Jhon Dira	3174072511750002	3174070701095327
58	P061	Yoserizal . S	3175062106730005	3175060202097188
59	P062	Arnis	3174056205611001	3175051104120019
60	P065	Agus Supriyatna	3174072305800002	3174071508111008
61	P067	Alon Saputra	1305030212800002	3174023110121003
62	P068	Massus	3527051007880009	3171041305141002
63	P070	Baharudin	0953022408390061	3174020701095926
64	P071	Budi	3172042607870004	3172041701094413
65	P072	Budi Malenta Nov . S	3175091011860016	3175091102100017
66	P074	Deriyemiani	3172045510760008	3172042101095323
67	P078	Toton Setiawan	3175030204730001	3175032701100013
68	P079	Edwar Bin Nawawi	3175031004550008	3175032201091008
69	P082	Erwin R .Tobing	3175070409610010	3175072411090052
70	P084	Fadli	3171041212850008	3171043010100015
71	P087	Ginda . P . Siregar SH	3175011001760004	3175010701091476
72	P089	H. Arum	3171041202670006	3171040501093437
73	P090	H. Bunali/Tohir	3171041211540002	3171040601090312
74	P091	Hanapi	3528060201870001	3171040412131012
75	P095	Yusdar	3671130106670003	3173081912141021
76	P096	Atma	3171044511790002	3171042606141002
77	P099	Sawal	3171080377210001	3171082511141005
78	P100	Johan Bastian	3174050309850011	3174050210121025
79	P102	Lilia Ungu	3171074706760008	3171071301090086
80	P109	Omri Tobing	3175030305550011	3175032701100912
81	P112	Masri	3173072551255011	3173071601099365
82	P113	Sumiyati	3171044307670003	3171040501096625
83	P116	Mat Safiudin	3171043012750002	3171042203111000
84	P117	Mawardi	3174103003590001	3174101001095656
85	P119	Muhamad Nur/Sri Purweningsih	3171085312560002	3171080612131001
86	P120	Muhayyi	3171060109850003	3171060903151000
87	P121	Emrizal	3671121905740002	3171051112141005
88	P123	Murniyati	3171085702780007	3171080202110007
89	P124	Mursalin	3174102601310001	3174100708141017
90	P125	Muzanip	3174051802630002	3174051301093400
91	P126	Nahrawi	3171040507700013	3171042011100054
92	P127	Nasrul	3171031505760003	3171032201093422
93	P128	Buyung Syahrifuddin	3671131409680001	3171051112141004
94	P129	Nazri	3171080511790008	3171081001094447
95	P130	Nofrizal	3174101311851003	3174100612111009
96	P133	Nur Rahma	3171046005800003	3171040501092176
97	P135	Nurtini	3174104602650007	317410401093789
98	P136	Nurus Sa Adah	3171066402840005	3171062503100029



99	P137	Oktaheri Nasution	3174072510750014	3174071301096406
100	P138	Paisal	3528060506800014	3171040407141007
101	P139	Palid	3174061212680014	317406121401019
102	P140	Patar Sihotang	3175041509530004	3175091706100004
103	P141	Ade Sumardi	3175031203610012	3175032701300001
104	P142	Priyati	3173074805710006	3173070601094536
105	P143	Abdul Haris T . Mulang	3216152303670002	3171021212141004
106	P144	Riccad Silitonga/Dewi Kelima Sinaga	3172035204850006	31720210081111101
107	P145	Ridwan Chan	3174101809680001	3174101201096766
108	P147	Rinaldi	3175012404880001	3175010404131004
109	P148	Sitti Marfuah	3171064704800007	3171062607100002
110	P149	Romi	3171082910800005	3171081310111016
111	P150	Romi Saputra	3171081202800003	3173071704141005
112	P153	Safrizal	3175061105630013	3175062009131008
113	P154	Safrullah BT. Darwin	3174101109630000	3174100901094097
114	P155	Sahep	3172041008800012	3171041306111010
115	P157	Sahrity Kasroza	3173050303490002	3177050501093757
116	P158	Saipul Anwar	3173070103770010	3173072212110019
117	P159	Sa Ma	3171084901760011	3171082506110011
118	P160	Samir	3528050107780679	3171043110131003
119	P161	Saptono	3173072806740001	3173071601095160
120	P162	Satimin	3171040207770005	3171040902110007
121	P163	Seh Mangku Nasir	3175060305750008	3175062201094282
122	P164	Sharial	3174051012620015	3174052701093445
123	P165	Sima	3171044811761001	3171030412131010
124	P167	Siti Julaeaha	3171044710851001	3171040601091221
125	P169	Sri Rejeki	3171066303680003	3171060601093128
126	P170	Suadi	3171062003760001	3171060501607522
127	P171	Sudahli	3528060202860001	3171041908131011
128	P172	Sugianto	3171060506690013	3171062803130026
129	P173	Sumarmi	3174077112580018	3174070701093255
130	P174	Supah	3171045606780004	3171041310111008
131	P177	Surono	3175030810760004	3175032201097101
132	P178	Sutarmi	3171077103750002	3171071401091233
133	P180	Sutrisno B Mardjuki	3173070505610011	3174030601094709
134	P181	Syafrudin	3173051209710012	317305111212041
135	P183	Syamsurizal	3174101108510001	3174102806100002
136	P184	Tani Binti Talka	3171035507700001	3171032101092278
137	P186	Toliman	3171042211670002	3171040601093835
138	P187	Ujang	3171071411600001	3171081411600001
139	P188	Ujang Permana	3173071010780004	3173071908100025
140	P189	Umar	3527052708870001	3171010210131006
141	P193	Wisnu Wantoro	0954043001640114	3175032209110038
142	P194	Yarmis	3174054203550003	3174051401095264
143	P195	Yasril	3175070609580004	3175070601095559
144	P196	Yoserizal	3175062602560004	3175061502100041
145	P197	Yusrizal	3175060702700014	3175061901098501
146	P198	Rd. Benny Mustofa	3216061307670022	3171021508141020
147	P199	Zahirti	3171086204551001	3171080703141012
148	P200	Zamzami Algama	3173051112680002	3173051701090610
149	P202	Zufrizal	3171010808310010	3171012905121011
150	P203	Zuharmen Azan	3173071208730002	3175031310111037
151	P204	Zulfaredo/Deni Kurniawan	3171071504950002	3171072101093635

152	P205	Zuliyanto	3174101406800005	3174101406111023
153	P206	Zulkarnain	3174051211660004	3174051201095001
154	P207	Zulwendri/Sripa Binti Waslam	3174104107760011	3174100301110080
155	P208	Hafid	3171060107731001	3171062202111004
156	P209	Hadi Ismanto	3174090812800001	3174091601096936
157	P210	Rosel Adila	3173072909821001	3175062710141012
158	P211	Mega Yusliana	3174054112840009	3174051003151008
159	P212	Jamilah	3171076405660001	3171080702110035
160	P213	Man	3171041007770008	3171040501094206
161	P214	Slamet	3527050107890451	3171072910131019
162	P215	H. Muhammad Hadiri	3171010608760003	3171010101092282
163	P216	Mustika Galaxiprima Sakti	3173053008850008	3173052607100064
164	P217	Mat Jubri	3171010406671001	3171012409121009
165	P218	Mat Taher/Asman	3170141501680003	3171040501091177
166	P219	Hasib	3171040710771001	3171043103111006
167	P220	Farida	3173016806750008	3173012101093068
168	P221	Hj. Rosidah	3171065111600005	3171062502100014
169	P222	H. Sin	3171040607610003	3171062205131005
170	P223	Nawwir	3171063112571001	3171062901100395
171	P224	Abd. Saleh	3171061211249003	3171061001099296
172	P225	Rowi	3171040204750009	3171061912111003
173	P226	Matkurdi	3171041012780006	3171062305131002
174	P227	Islammiyah	3171064809900006	3171061605130004
175	P228	Martini	3171046903620002	3171041304110024
176	P229	Fathorrohman	3527110107751817	3171011610131004
177	P230	Deddie	3174102002780001	3174101201096469
178	P231	Ma'lum	3171061302720011	3171062405120001

## RIWAYAT HIDUP



Jenjang pendidikan dimulai dari TK, yaitu di TK Santo Markus pada tahun, setelah lulus dari TK, melanjutkan pendidikan di Sekolah Dasar (SD) Marsudirini pada tahun 1999-2005 dan kemudian melanjutkan pendidikan di SMPN 1 Jakarta Pusat pada tahun 2005-2008. Setelah lulus, penulis melanjutkan ke SMAN 31 Jakarta Timur pada tahun 2008-2011. Tahun 2012 penulis masuk Universitas Negeri Jakarta melalui Jalur Mandiri (Penmaba UNJ) dengan memilih jurusan Sosiologi Pembangunan yang merupakan tahap tempuh jenjang pendidikan penulis ke Strata Satu (S1) untuk mendapatkan gelar sebagai Sarjana Sosial (S.Sos). Selama menempuh perkuliahan, penulis memiliki beberapa pengalaman penelitian, yakni tahun 2013, penulis meneliti perkembangan tenaga kerja dari segi kualitatif, tahun 2014 penulis meneliti tentang Penyandang Masalah Kesejahteraan Sosial (PMKS) dari segi kuantitatif, tahun 2015 penulis meneliti PKL di Arena Lenggang Jakarta. Selama perkuliahan, penulis memahami pembentukan karakter dan menambah wawasan mengenai dunia sosial, dan dalam penyusunan skripsi ini, penulis memahami realita sosial yang sesungguhnya terjadi di masyarakat. Jika ada yang ingin memberikan kritik dan saran terhadap skripsi ini, dapat menghubungi ke [maria.dessy@hotmail.com](mailto:maria.dessy@hotmail.com)