

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

UMKM menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 dalam pasal 1 merupakan usaha produktif milik perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang tersebut.¹ Menurut Sudaryanto (2012), UMKM memiliki peran bagi perekonomian yaitu antara lain mendukung pertumbuhan ekonomi nasional, mendistribusikan hasil pembangunan, dan menciptakan lapangan pekerjaan.² Berdasarkan data penelitian, menunjukkan bahwa kontribusi UMKM mencapai 60.5% terhadap pendapatan domestik bruto (PDB) di Indonesia . Bahkan, dalam laporan Asian Development Bank (ADB), pada akhir tahun 2018, UMKM berkontribusi sekitar 97% terhadap lapangan pekerjaan di masyarakat atau setara dengan 117 juta pekerja yang ada.³

Akan tetapi, untuk saat ini UMKM memiliki kelemahan dan juga beberapa tantangan yang mereka rasakan. Lestari (2013) mengemukakan bahwa, ada beberapa kelemahan UMKM yang ada di Indonesia, antara lain permasalahan terkait manajemen, organisasi, teknologi, permodalan, operasional, dan teknis.

¹ Anava Salsa Nur Savitri, dkk, 2020, *Dampak dan Strategi Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Masa Pandemi dan Era New Normal*, *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(7), hlm. 1433.

² Hanung Eka Atmaja, dan Ivo Novitaningtyas, 2021, *Analisis Aspek Pemasaran UMKM di Masa Resesi Global Dampak dari Pandemi Covid-19*, *Jurnal Ilmiah Poli Bisnis*, 13(1), hlm. 2.

³ Alexander Michael Tjahjadi, 2022, *UMKM selama ini menjadi bantalan krisis. Apa dampak resesi kali ini pada UMKM dan bagaimana melindunginya?*, <https://theconversation.com/umkm-selama-ini-menjadi-bantalan-krisis-apa-dampak-resesi-kali-ini-pada-umkm-dan-bagaimana-melindunginya-195365>, Diakses pada 6 Maret 2023.

Selain itu, akses pasar yang terbatas, kendala perizinan, dan sulit untuk menghindari biaya non-teknis di lapangan. Kemudian, penelitian yang dilakukan oleh Kementerian Negara KUMKM dan BPS (2003) menunjukkan bahwa 72,47% UMKM mengalami kesulitan usaha, sedangkan 27,53% tidak mengalami masalah. Dari rasio 72,47% yang mengalami kesulitan usaha, beberapa masalah dan tantangan diidentifikasi antara lain permodalan 51,09%, pemasaran 34,72% dan bahan baku 34,72%. Selain itu, ada juga beberapa tantangan lainnya yang dirasakan oleh UMKM, di antaranya yaitu keterbatasan dalam kemampuan sumber daya manusia terutama dalam pembukuan dan manajemen, keterbatasan dalam distribusi atau pemasaran produk karena produsen lebih fokus pada proses produksi, kurangnya pengawasan dan evaluasi dari pemerintah dan produsen sendiri, serta kekurangan dana untuk pengembangan usaha.⁴

Selain itu, terlebih lagi dengan adanya pandemi Covid-19 yang melanda Indonesia, menyebabkan tantangan dan kendala yang dirasakan oleh UMKM semakin besar. Menurut Sugiri D. (dalam Evi Suryani, 2021), menyebutkan bahwa terdapat empat kesulitan yang dialami oleh UMKM akibat adanya pandemi Covid-19 yaitu penjualan yang menurun akibat aktivitas masyarakat di luar sebagai pelaku konsumen berkurang, modal yang berkurang akibat penjualan yang menurun sehingga sulitnya perputaran modal, hambatan pada distribusi produk akibat adanya pembatasan pergerakan penyaluran produk, dan UMKM kesulitan karena mengagungkan kepada sektor industri dalam ketersediaan bahan

⁴ Syamsiah Muhsin, 2022, *Peluang dan Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah, 1(2), hlm. 71.

baku.⁵ Maka dari itu, untuk saat ini banyak sekali tantangan dan kendala yang dirasakan oleh UMKM yang ada di Indonesia. Salah satunya yaitu pada pedagang kaki lima yang berada di sepanjang Jalan Karya Bhakti Cibubur, dimana selama berjualan di jalan tersebut mereka merasakan berbagai tantangan untuk dapat mempertahankan usaha mereka.

Jalan Karya Bhakti Cibubur terletak di Cibubur, Jakarta Timur yang berdekatan dengan Mall Cibubur Junction dan Taman Bunga Wiladatika. Di jalan tersebut juga merupakan daerah yang strategis dan menjadi akses jalan yang sering dilewati untuk menuju Trans Studio Mall Cibubur, Jalan Transyogi yang menghubungkan ke Provinsi Jawa Barat, dan jalan Tol Jagorawi. Dari mulai sore hari hingga malam hari, banyak pedagang kaki lima yang berjualan di sepanjang jalan tersebut. Pedagang kaki lima atau biasa disingkat PKL sendiri menurut Damsar (2002), merupakan orang-orang yang melakukan kegiatan usaha dagang perorangan atau kelompok dimana mereka menjalankan usahanya tersebut dengan menggunakan tempat-tempat fasilitas umum, seperti trotoar, pinggir-pinggir jalan umum, dan sebagainya.⁶ Pedagang kaki lima yang ada di jalan Karya Bhakti Cibubur sangat beragam, mulai dari makanan hingga minuman. Ada nasi bebek, warung mie dan minuman, angkringan, *steak*, nasi goreng, *seafood*, sate, dimsum, jajanan Jepang, hingga wedang jahe, dan sebagainya. Banyak dari kalangan muda hingga orang tua yang selalu datang dan singgah di sana untuk makan atau sekadar nongkrong bersama teman.

⁵ Evi Suryani, 2021, *Analisis Dampak Covid-19 Terhadap UMKM (Studi Kasus: Home Industri Klepon di Kota Baru Driyorejo)*, *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(8), hlm. 1592.

⁶ Rholen Bayu Saputra, 2014, *Profil Pedagang Kaki Lima (PKL) yang Berjualan di Badan Jalan (Studi di Jalan Teratai dan Jalan Seroja Kecamatan Senapelan)*, *Jurnal Jom FISIP*, 1(2), hlm. 4.

Pedagang kaki lima di Jalan Karya Bhakti Cibubur sendiri sudah ada sejak lama, mulai dari jalanan tersebut dibuka untuk umum. Menurut pedagang kaki lima yang sudah lama berjualan di sana, awalnya pedagang kaki lima itu hanya 1 atau 2 pedagang saja dan kondisinya masih sepi belum ramai. Pedagang kaki lima yang memang sudah berjualan sangat lama, awalnya tidak izin kepada siapa pun terlebih dahulu. Mereka hanya langsung berjualan dan belum ada aturan dari pemerintah maupun pengelola RT/RW atau yayasan. Pembelinya biasanya orang-orang yang baru turun dari angkot atau kendaraan umum lainnya. Kemudian, sebelumnya juga pernah setiap hari Minggu pagi, pedagang kaki lima berjualan di jalan tersebut. Tidak hanya pedagang kaki lima yang berjualan makanan dan minuman, melainkan ada pedagang kaki lima yang berjualan pakaian, mainan, perhiasan, lukisan, dan lain-lain. Akan tetapi, pedagang kaki lima tersebut sudah tidak boleh berjualan karena membuat kemacetan. Akhirnya, untuk saat ini hanya dibolehkan berjualan pada jam tidak sibuk yaitu mulai dari sore hari hingga malam hari menjelang pagi hari.

Pedagang kaki lima di Jalan Karya Bhakti Cibubur merasakan naik turun semenjak adanya pandemi, bahkan banyak pedagang kaki lima yang tidak bisa bertahan hingga saat ini. Banyak dari mereka yang kehabisan uang dan terpaksa menutup usaha mereka karena tidak lagi memiliki modal untuk menjalankan usaha mereka tersebut, padahal berdagang merupakan pekerjaan dan penghasilan utama mereka. Para pedagang kaki lima tidak bisa berjualan dan mendapatkan pendapatan di tengah kondisi pandemi karena berbagai kebijakan yang dikeluarkan pemerintah, sehingga merugikan usaha mereka. Menurut para

pedagang kaki lima, sebelum adanya pandemi, tidak pernah merasakan penderitaan seperti ini karena sama sekali tidak ada pemasukan. Mereka mengatakan bahwa walaupun pandemi sudah berakhir, perekonomian para pedagang kaki lima sampai saat ini belum stabil karena pedagang kaki lima merasakan lebih banyak sepi daripada ramainya. Misalnya, sepi 5 hari dan ramainya 2 hari yaitu saat *weekend* saja, jadi lebih banyak ruginya daripada untungnya karena banyak yang mendapatkan penghasilan tidak ada setengahnya dari sebelum pandemi. Mereka semua benar-benar merasakan jatuh akibat adanya pandemi.

Kemudian, di Jalan Karya Bhakti Cibubur sekarang sudah banyak pedagang kaki lima yang baru. Pedagang-pedagang baru menjadi lebih beragam dan bervariasi jualanannya, sehingga mengancam keberadaan pedagang-pedagang lama. Pedagang baru tersebut sebelumnya di-PHK dari pekerjaan mereka dan tidak memiliki penghasilan, sehingga mereka membuka usaha di jalan tersebut. Sedangkan, pedagang kaki lima yang memang sudah lama berjualan di sana hanya ada beberapa orang saja yang dapat bertahan hingga saat ini. Pedagang lama yang masih berjualan hingga saat ini juga tetap sama merasakan berbagai tantangan, terlebih setelah adanya pandemi. Saat ini banyak tantangan-tantangan maupun pesaing baru yang lebih bervariasi di Jalan Karya Bhakti Cibubur. Maka dari itu, para pedagang kaki lima yang sudah lama berjualan harus mengambil keputusan atau melakukan tindakan untuk dapat mempertahankan usaha mereka di Jalan Karya Bhakti Cibubur dan bersaing dengan pedagang-pedagang lainnya terutama pedagang baru.

Berdasarkan permasalahan di atas, peneliti tertarik untuk membahas lebih dalam mengenai bagaimana praktik sosial yang dilakukan oleh pedagang kaki lima yang berada di Jalan Karya Bhakti Cibubur dalam kebertahanan usaha mereka dan faktor pendukung maupun penghambat apa saja dalam melakukan melakukan praktik sosial tersebut. Oleh karena itu, pada penelitian ini, peneliti mengangkat judul “Praktik Sosial Kebertahanan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) pada Pedagang Kaki Lima di Cibubur Jakarta Timur”.

1.2 Permasalahan Penelitian

UMKM memiliki peran yang sangat penting bagi perekonomian di Indonesia yaitu mendukung pertumbuhan ekonomi nasional, mendistribusikan hasil pembangunan, dan menciptakan lapangan pekerjaan. Bahkan, UMKM berkontribusi besar pada pertumbuhan PDB di Indonesia. Akan tetapi, untuk saat ini UMKM memiliki beberapa kelemahan dan juga beberapa tantangan yang mereka rasakan. Beberapa kelemahannya antara lain permasalahan terkait manajemen, organisasi, teknologi, permodalan, operasional, teknis, akses pasar yang terbatas, kendala perizinan, dan sulit untuk menghindari biaya non-teknis di lapangan. Selain itu, UMKM mengalami beberapa tantangan pada permodalan, pemasaran, bahan baku, keterbatasan dalam kemampuan sumber daya manusia, keterbatasan dalam distribusi, kurangnya pengawasan, dan kekurangan dana untuk pengembangan usaha. Selain itu, setelah adanya pandemi tantangan dan kendala yang dirasakan oleh UMKM semakin besar. Mereka mengalami penjualan yang

menurun, modal yang berkurang, hambatan pada distribusi produk, dan kesulitan ketersediaan bahan baku.

Kemudian, di Jalan Karya Bhakti Cibubur sendiri setelah adanya pandemi, semakin banyak pedagang kaki lima yang berjualan dan lebih beragam karena mereka di-PHK dari pekerjaannya, sehingga memutuskan untuk membuka usaha di jalan tersebut. Sedangkan, pedagang kaki lima yang sudah lama berjualan, banyak dari mereka yang tidak bisa bertahan hingga saat ini. Jalan Karya Bhakti Cibubur juga merupakan jalan yang strategis, dimana dekat dengan berbagai pusat perbelanjaan, jalan menuju berbagai daerah, dan juga jalan menuju tol. Dengan begitu, setiap harinya akan selalu dilewati oleh berbagai kendaraan bermotor dan tidak akan sepi. Akan tetapi, walaupun begitu, warung para pedagang kaki lima tidak seramai dahulu sebelum adanya pandemi, dimana lebih banyak sepihnya daripada ramainya. Sedangkan, pedagang kaki lima sudah semakin banyak, sehingga membuat lebih banyak pilihan bagi pembeli dan juga persaingan antar pedagang semakin kuat. Maka dari itu, para pedagang kaki lima dapat melakukan tindakan atau kebiasaan yang menjadi habitus mereka dan juga mengoptimalkan modal yang mereka miliki sebagai suatu praktik sosial yang mereka lakukan demi keberlanjutan usaha mereka di Jalan Karya Bhakti Cibubur sebagai ranah.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka peneliti mengidentifikasi dan merumuskan permasalahan yang dapat menjelaskan pokok permasalahan tersebut sebagai berikut:

1. Bagaimana praktik sosial yang dilakukan pedagang kaki lima di Cibubur Jakarta Timur untuk mempertahankan usaha mereka?

2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam praktik sosial yang dilakukan pedagang kaki lima di Cibubur Jakarta Timur untuk mempertahankan usaha mereka?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari dilaksanakannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui praktik sosial yang dilakukan pedagang kaki lima di Cibubur Jakarta Timur untuk mempertahankan usaha mereka.
2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam praktik sosial yang dilakukan pedagang kaki lima di Cibubur Jakarta Timur untuk mempertahankan usaha mereka.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam bidang pendidikan khususnya Sosiologi Ekonomi. Selain itu, penelitian dapat menjadi pengetahuan dan acuan bagi para pelaku UMKM khususnya pedagang kaki lima untuk melakukan praktik sosial yang tepat agar bisa bertahan dengan menjalankan usahanya dalam kondisi atau tantangan apapun. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi dan bahan literatur bagi para peneliti yang akan melakukan penelitian lanjutan atau pengembangan penelitian.

1.4.2 Manfaat Praktis

1) Bagi Peneliti

Dapat menambah pengetahuan dan pemahaman peneliti lebih luas lagi mengenai Sosiologi Ekonomi. Selain itu, dapat menambah pengalaman bagi peneliti dalam melakukan penelitian kualitatif dengan cara observasi maupun wawancara, sehingga bermanfaat untuk dapat digunakan kedepannya dalam kehidupan sehari-hari.

2) Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada masyarakat bahwa pentingnya untuk mendukung UMKM di Indonesia khususnya pedagang kaki lima dengan melakukan transaksi atau pembelian secara terus menerus agar pelaku UMKM terus berjalan di Indonesia dan bisa berkontribusi bagi perekonomian Indonesia.

3) Bagi Pedagang

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi wawasan bagi pelaku UMKM, khususnya pedagang kaki lima untuk dapat melakukan habitus dan mengoptimalkan modal yang mereka miliki agar usahanya dapat terus berjalan di dalam ranah pada kondisi atau tantangan apapun yang mereka hadapi.

1.5 Tinjauan Penelitian Sejenis

Tema yang diambil oleh peneliti dalam pembuatan skripsi ini adalah tentang strategi bertahan hidup para pelaku UMKM khususnya pedagang kaki lima selama pasca pandemi Covid-19. Maka dari itu, peneliti melakukan studi penelitian sejenis agar dapat menjadi referensi dan acuan untuk memperkaya dan mendukung penulisan skripsi tersebut. Studi tentang strategi keberlanjutan yang dilakukan oleh para pelaku UMKM sudah banyak dilakukan apalagi saat pandemi Covid-19. Namun, dari berbagai studi yang sudah dilakukan tersebut, terdapat perbedaan dalam fokus penelitiannya, sudut pandang yang berbeda, subjek penelitian yang berbeda, teori yang digunakan berbeda, maupun penyajian hasil penelitian ke dalam laporan juga berbeda. Maka dari itu, peneliti menggunakan kepustakaan dari hasil penelitian-penelitian tersebut sebagai acuan kerangka pemikiran dalam penelitian ini dengan diperkaya dan diperbarui.

Pertama berjudul “Strategi Keberlanjutan Pedagang Kopi Kaki Lima di Wilayah Rawamangun pada Era Digital: Analisis Berdasarkan Teori Pierre Bourdieu”. Penelitian ini merupakan jurnal nasional yang ditulis oleh Ciek Julyati Hisyam, Anggie Natasya Putri, Aninda Rahma Melani, dan Syifa Rahma Nabila dalam *Journal of Creative Student Research (JCSR)*, volume 2 nomor 3 pada tahun 2024. Dalam penelitiannya konsep dan teori yang digunakan yaitu teori praktik sosial arena dari Pierre Bourdieu. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan metode studi kasus.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Ciek Julyati Hisyam, Anggie Natasya Putri, Aninda Rahma Melani, dan Syifa Rahma Nabila tersebut

menjelaskan bahwa gambaran umum pedagang kaki lima di Rawamangun, Jakarta Timur yaitu mereka berasal dari latar belakang sosial-ekonomi menengah ke bawah, berusia antara 30-50 tahun, dan berlokasi strategis di dekat area ramai seperti kampus, kantor, dan pasar. Mereka menyajikan berbagai minuman, dari kopi tradisional hingga *cappuccino*, dengan modal awal yang kecil dan perlengkapan sederhana seperti motor dan termos. Beroperasi dari pagi hingga malam, mereka melayani segmen pelanggan beragam, termasuk mahasiswa dan pekerja. Meskipun menawarkan harga terjangkau, mereka menghadapi persaingan dengan kafe modern dan pedagang ternama, serta tantangan dalam hal perizinan dan keterbatasan modal, yang membatasi peningkatan kualitas layanan.⁷

Pedagang kaki lima di Rawamangun, Jakarta Timur belum melakukan digitalisasi dalam menjalankan usaha mereka. Padahal, pengusaha kopi modern telah mulai menggunakan metode pembayaran digital, serta peralatan canggih seperti mesin kopi. Akan tetapi, pedagang kopi kaki lima pada penelitian ini masih bergantung pada metode pembayaran tradisional dan peralatan yang dilakukan secara manual. Hal ini menunjukkan bahwa mereka belum terdigitalisasi sepenuhnya dan kurang familiar dengan teknologi digital saat menjalankan bisnis. Akibatnya, mereka mungkin kesulitan bersaing di era digital karena bergantung pada transaksi tunai dan promosi dari mulut ke mulut. Pedagang kopi kaki lima berisiko kehilangan peluang untuk berkembang dan menarik lebih banyak pelanggan jika mereka tidak memahami dan menerapkan

⁷ *Ibid*, hlm. 56-57.

teknologi. Kemudian, strategi yang dilakukan para pedagang kopi kaki lima dalam penelitian ini antara lain menetapkan harga terjangkau, memilih lokasi yang strategis, melakukan inovasi produk, dan memiliki koneksi yang baik dengan pihak berwenang.⁸

Selanjutnya, ruang sosial, menurut teori arena Bourdieu, dianggap sebagai medan kompetitif di mana orang berinteraksi dan bertransaksi, seperti yang dilakukan pedagang kopi kaki lima dalam penelitian ini. Mereka beroperasi di lingkungan dengan aturan dan dinamika tertentu. Misalnya, mereka dapat berdagang di trotoar meskipun melanggar peraturan. Pihak berwenang sering melakukan penertiban terhadap pelanggaran ini, seperti satpol PP. Dengan adanya regulasi dan persaingan antara pedagang kopi yang terhubung dengan perusahaan besar dan pedagang kopi kaki lima lainnya, area tempat mereka berjualan tidak mendukung. Mereka tidak dapat meningkatkan promosi atau menyewa lokasi strategis karena kekurangan modal. Selain itu, mereka memiliki sumber daya sosial dan budaya yang terbatas, yang menghambat akses ke bahan baku murah dan tren pasar terbaru. Untuk membangun keunggulan kompetitif, mereka membutuhkan modal simbolik seperti reputasi. Pedagang kopi kaki lima sukses bergantung pada kemampuan mereka untuk mengendalikan berbagai jenis modal dalam struktur sosial yang kompleks dan seringkali tidak adil.⁹

Kedua berjudul “Strategi dan Perjuangan Pedagang Kaki Lima (PKL) di Kelurahan Pasar Pagi Kota Samarinda”. Penelitian ini merupakan jurnal nasional yang ditulis oleh Rossy Capriati dalam *e-Journal Sosiatri Sosiologi*, volume 1

⁸ *Ibid*, hlm. 57-59.

⁹ *Ibid*, hlm. 59-61.

nomor 2 tahun 2013. Dalam penelitiannya, konsep dan teori yang digunakan yaitu teori praktik sosial dari Pierre Bourdieu. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan metode etnografi.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Rossy Capriati menjelaskan bahwa di ranah Bisnis Pasar Pagi, para pedagang kaki lima memiliki koleksi modal yang sangat beragam. Trajektori kehidupan yang berbeda dari lahir hingga dewasa menentukan variasi modal ini. Perbedaan dalam pengumpulan modal juga menunjukkan seberapa baik atau buruk mereka memilih strategi pengumpulan modal selama perjuangan bisnis mereka. Pertama, modal material yang dimiliki pedagang kaki lima biasanya sederhana dan tidak mewah. Tempat bisnis mereka seringkali tidak layak karena perlengkapan yang mereka miliki terbatas. Para pedagang ini bertahan karena strategi dan kekuatan mereka, meskipun mereka tidak memiliki apa-apa. Kedua, modal sosial yaitu pedagang kaki lima menjalin hubungan baik dengan konsumen dan sesama pedagang, pemilik modal, dan aparat pemerintah. Hubungan ini dianggap memberikan perlindungan dan dukungan yang membantu mereka mempertahankan usaha dan membangun ikatan sosial yang kuat.

Ketiga, modal budaya yaitu pedagang kaki lima bergantung pada budaya ramah, sopan santun, dan cara berbicara yang baik dalam interaksi mereka dengan pelanggan, sesama pedagang, dan pemilik modal. Tujuannya adalah untuk memperkuat hubungan mereka dan meningkatkan nilai usaha mereka. Keempat, modal simbolik yaitu terletak pada perlengkapan dan ciri khas yang mereka tampilkan dalam berdagang, bukan pada kekuasaan atau pendidikan tinggi, yang

umumnya rendah di antara mereka. Nilai simbolik ini membantu konsumen mengingat mereka dan menciptakan identitas unik yang membedakan mereka dari pedagang lain.¹⁰

Kemudian, ada habitus yang diciptakan oleh pedagang kaki lima di Kawasan Pasar Pagi. Perjuangan dan persaingan membantu mereka mengembangkan habitus pekerjaan mereka sendiri. Pedagang kaki lima berdagang dengan lebih banyak strategi. Habitus pertama yang dilakukan yaitu manajemen waktu pedagang kaki lima, dimana mereka memiliki fleksibilitas dalam mengatur waktu sesuai kebutuhan. Kedua, manajemen keuangan pedagang kaki lima, dimana sangat bervariasi, termasuk menyimpan uang di bank, di rumah, mengikuti arisan, atau meminjamkan kepada sesama pedagang. Ketiga, manajemen emosi pedagang kaki lima, dimana hal tersebut penting bagi pedagang kaki lima untuk menjaga kenyamanan konsumen saat berbelanja. Mereka perlu mengontrol emosi agar dapat melayani dengan sikap ramah dan baik, memberikan nilai tambah dalam berdagang.

Keempat, manajemen persuasi pedagang kaki lima, dimana pedagang kaki lima melibatkan upaya meyakinkan konsumen agar berbelanja di lapak mereka. Pedagang menyapa konsumen dengan ramah, mempromosikan barang sebagai berkualitas, dan memajang harga murah untuk menarik perhatian. Kelima, keterampilan memasak pedagang kaki lima, dimana Pedagang kaki lima umumnya memiliki keterampilan memasak secara otodidak, bukan dari kursus formal, melainkan dari pengalaman dan tuntutan pekerjaan. Dengan

¹⁰ Rossy Capriati, 2013, *Strategi dan Perjuangan Pedagang Kaki Lima (PKL) di Kelurahan Pasar Pagi Kota Samarinda*, *eJournal Sosiatri Sosiologi*, 1(2), hlm. 43-47.

meningkatkan keterampilan memasak, mereka dapat menawarkan beragam hidangan lezat yang membantu menarik minat konsumen dan meningkatkan penjualan. Keenam, kemandirian pedagang kaki lima, dimana seringkali terbentuk sejak kecil, dipengaruhi oleh pengalaman membantu keluarga berdagang atau kondisi hidup jauh dari sanak saudara.¹¹

Selanjutnya, ada variasi trajektori kehidupan pedagang kaki lima. Kehidupan para pedagang kaki lima dengan modal terbatas digambarkan dalam trajektori. Usaha mereka sering mengalami perubahan, seperti berpindah dari tidak memiliki pelanggan tetap menjadi memiliki langganan dan beralih dari menjual satu produk ke berbagai produk. Namun, tidak semua pedagang berkembang. Beberapa menghadapi masalah seperti kehilangan toko karena pengusuran atau kebangkrutan karena terikat pada utang rentenir. Perbedaan yang ada di lintasan hidup ini menunjukkan dinamika dan kesulitan yang dihadapi oleh pedagang kaki lima.¹²

Terakhir, strategi dan perjuangan bisnis pedagang kaki lima di Pasar Pagi yaitu ranah perjuangan pedagang kaki lima sangat sulit karena mereka menghadapi tantangan dari lingkungan yang tidak mendukung. Dengan perbedaan dalam cara dan lokasi berdagang, serta banyaknya pelaku bisnis di sektor informal, para pedagang harus cermat dalam merencanakan strategi untuk mengumpulkan modal. Selain itu, mereka juga perlu mengatur strategi untuk mempertahankan usaha mereka.¹³

¹¹ *Ibid*, hlm. 45-47.

¹² *Ibid*, hlm. 47.

¹³ *Ibid*, hlm. 47.

Ketiga berjudul “*The impact of Covid-19 Movement Control Order on SMEs’ businesses and survival strategies*”. Penelitian ini merupakan jurnal internasional yang ditulis oleh Ahmad Rafli Che Omar, Suraiya Ishak, dan Mohd Abdullah Jusoh dalam *Malaysian Journal of Society and Space*, volume 16 nomor 2 tahun 2020. Dalam penelitiannya, konsep dan teori yang digunakan yaitu teori pandangan berbasis sumber daya (RBV). Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan metode studi deskriptif.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Rafli Che Omar, Suraiya Ishak, dan Mohd Abdullah Jusoh tersebut menjelaskan bahwa kebijakan yang dikeluarkan pemerintah selama pandemi Covid-19 yaitu Pengendalian Gerakan (MCO) menyebabkan gangguan operasi pada bisnis UKM di Malaysia dimana pemerintah menutup semua tempat usaha yang tidak penting sehingga menghambat bisnis UKM pada sektor perjalanan dan percetakan. Sedangkan, usaha dalam sektor industri esensial untuk kebutuhan dalam negeri dan masyarakat tetap beroperasi, tetapi dalam skala kecil. Hal tersebut menyebabkan permasalahan pada arus kas dan pendapatan nol pada saat penutupan secara total, sedangkan mereka harus tetap membayar gaji staf, pinjaman usaha, biaya sewa, utilitas, dan biaya lainnya. Paket stimulus yang dikeluarkan oleh pemerintah juga masih tahap awal sehingga belum bisa digunakan dimana akses terhadap paket tersebut juga menjadi permasalahan bagi pelaku bisnis UKM. Jika kebijakan pemerintah terus diperpanjang, mereka akan terancam kebangkrutan.

Selain itu, hampir semua pelaku bisnis UKM tersebut, hanya mempunyai kesiapan keuangan hingga jangka waktu maksimal 3-6 bulan tanpa adanya

penjualan atau penurunan selama masa MCO. Kemudian, dengan penutupan lokasi dan operasi pemasok maupun perdagangan internasional untuk bahan mentah tertunda, berdampak juga pada bisnis UKM di Malaysia karena mereka selalu bergantung pada jaringan rantai pasokan.¹⁴ Dengan berbagai permasalahan yang dirasakan oleh bisnis UKM di Malaysia, mereka memiliki strategi bertahan hidup selama pandemi Covid-19. Strategi tersebut terkait keuangan dan pemasaran. Untuk strategi keuangan yang mereka lakukan adalah sebagian besar dari mereka sudah meminimalkan eksposur utangnya dengan memanfaatkan penjatahan modal dalam perolehan aset dan modal kerja. Selain itu, dalam mempertahankan keuangan mereka selama masa pandemi, para pelaku bisnis UKM menerapkan strategi fleksibilitas bisnis. Kemudian, untuk strategi pemasaran yang dilakukan oleh dua di antara mereka adalah mulai beradaptasi dengan pemasaran elektronik melalui media sosial, selebihnya masih dalam posisi *lockdown* atau ditutup sementara. Selain itu, strategi pemasaran lain yang dilakukan adalah strategi pemasaran agresif langsung dengan menggunakan sub-agen penjualan di setiap negara bagian.¹⁵

Hal-hal yang telah diungkapkan di atas sesuai dengan apa yang diungkapkan oleh Zalina et. al. (2016) dan Mahani & Suraiya (2019) bahwa pelaku usaha atau UKM harus memanfaatkan platform dan teknologi pemasaran yang inovatif agar tetap bertahan di dalam kondisi yang tidak terduga. Akibatnya, menurut Barney (1991) dan Warnier et al. (2013), kemampuan untuk mengubah

¹⁴ Ahmad Rafli Che Omar, Suraiya Ishak, dan Mohd Abdullah Jusoh, 2020, *The impact of Covid-19 Movement Control Order on SMEs' businesses and survival strategies*, *Malaysian Journal of Society and Space*, 16(2), hlm. 145.

¹⁵ *Ibid*, hlm. 147-148.

strategi dan kemampuan mengoptimalkan sumber daya internal adalah bagian penting dari kompetensi strategi yang mendukung teori RBV. Dalam hal ini, setiap UKM tidak memiliki sumber daya dan kemampuan strategis internal yang sama. Akibatnya, pengusaha tertentu dapat menggunakan strategi keuangan dan pemasaran yang berbeda, sementara yang lain tidak dapat melakukannya.¹⁶

Keempat berjudul “Strategi Kebertahanan Bisnis Wisata Pada Masa Covid-19 Berdasarkan Nilai-Nilai Etos Kerja Islam di Wahana Kampoeng Drenges Bojonegoro”. Penelitian ini merupakan tesis yang ditulis oleh M. Khoirul Muttaqin pada tahun 2022. Dalam penelitiannya, konsep dan teori yang digunakan yaitu analisis SWOT. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan metode studi deskriptif.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh M. Khoirul Muttaqin tersebut menjelaskan bahwa strategi yang dilakukan oleh bisnis Wahana Kampoeng Drenges (WKD), Kecamatan Sugihwaras, Bojonegoro di antaranya adalah, pertama strategi produk yaitu dengan pengembangan produk pada kualitas produk, fitur produk, dan desain produk. Kedua, strategi promosi yaitu dengan melakukan *personal selling*, publisitas, dan *sales promotion*. Ketiga, strategi pengembangan Sumber Daya Insani (SDI) dengan beberapa tahapan yaitu rekrutmen, pelatihan, dan *reward*. Terakhir, strategi harga dengan menggratiskan tiket masuk bagi pengunjung.¹⁷ Selanjutnya, ada strategi kebertahanan bisnis yang dilakukan oleh Wahana Kampoeng Drenges, Kecamatan Sugihwaras, Bojonegoro

¹⁶ *Ibid*, hlm. 148.

¹⁷ M. Khoirul Muttaqin, 2022, *Strategi Kebertahanan Bisnis Wisata Pada Masa Covid-19 Berdasarkan Nilai-Nilai Etos Kerja Islam di Wahana Kampoeng Drenges Bojonegoro*, Tesis, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, hlm. 83-89.

selama masa pandemi Covid-19. Pandemi Covid-19 sendiri menyebabkan Wahana Kampung Drenges ditutup akses wisatanya dan berdampak pada penurunan omset penjualan produk. Sehingga, para pekerja kehilangan pekerjaan mereka.¹⁸ Akhirnya, pemilik Wahana Kampung Drenges melakukan strategi bertahan hidup agar para pekerja maupun akses wisata dapat produktif walaupun masih ditutup sementara.

Strategi bertahan hidup yang dilakukan antara lain, pertama, merubah pemasaran produk menjadi pemasaran *online (digital marketing)* dengan memanfaatkan sosial media seperti instagram, facebook, maupun WhatsApp. Kemudian, merubah menjadi pemasaran produk secara berkeliling ke instansi atau lembaga yang dilakukan oleh karyawan yang sedang menganggur. Kedua, pengembangan Sumber Daya Insani (SDI) dan produk atau fasilitas di Wahana Kampoeng Drenges karena dengan SDI yang baik akan memberikan kinerja yang baik pula untuk kemajuan perusahaan. Memperbaiki kualitas produk secara berkala dengan menyesuaikan kebutuhan, keinginan, maupun harapan konsumen agar kepercayaan dan kepuasan mereka meningkat. Kemudian, meningkatkan kualitas pelayanan fasilitas yang ditawarkan agar siap menghadapi kondisi setelah pandemi Covid-19 berakhir.¹⁹

Hasil penelitian tersebut dianalisis menggunakan analisis SWOT. Untuk *strength* atau kekuatan yaitu pemimpin wahana Kampoeng Drenges memiliki pengalaman dalam pengembangan bisnis, bekerja sama dengan masyarakat sekitar, memiliki staf yang masih muda dan berpengalaman, berada di tempat

¹⁸ *Ibid*, hlm 91.

¹⁹ *Ibid*, hlm 92-97.

yang strategis dan memiliki lahan yang cukup besar untuk memungkinkan bisnis berkembang, tidak ada biaya tiket untuk pengunjung karena pengelola menggunakan dana pribadi mereka sendiri daripada pinjaman bank. Untuk *weakness* atau kelemahan yaitu Wahana Kampong Drenes masih sangat baru, jadi banyak orang belum tahu tentangnya, administrasi perusahaan yang buruk, tidak mudah bagi karyawan untuk bekerja sama, masih ada banyak lahan yang tidak dikelola, dan hanya ada sedikit produk makanan. Untuk *opportunities* yaitu semakin banyak perusahaan besar yang didirikan di Bojonegoro, semakin banyak tawaran dari pihak luar yang ingin bekerja sama dengan Wahana Kampong Drenge, di Bojonegoro, semakin banyak lembaga pendidikan yang didirikan dan masyarakat semakin sadar akan pentingnya wisata, serta Wahana Kampong Drenes masih memiliki banyak potensi pengembangan sumber daya alam dan manusia. Terakhir, untuk *threat* atau ancaman yaitu meningkatnya persaingan di desa wisata, ancaman kehilangan barang karena keluhan pengunjung yang dapat terjadi kapan saja, dan keinginan pasar yang dapat berubah kapan saja.²⁰

Kelima berjudul “*Survival Strategies for Small and Medium Scale Enterprises in Nigerian Confectionery Industry*”. Penelitian ini merupakan disertasi yang ditulis oleh Rita Ejelehi Brodie-Mends pada tahun 2022. Dalam penelitiannya, konsep dan teori yang digunakan yaitu teori berbasis sumber daya (RBT). Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan metode studi kasus.

²⁰ *Ibid*, hlm 100-104.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Rita Ejelehi Brodie-Mends tersebut menjelaskan bahwa strategi-strategi bertahan hidup yang berhasil dilakukan oleh pemilik 5 usaha kecil kembang gula di Lagos, Nigeria dalam mempertahankan bisnis mereka di 5 tahun pertama didirikan yaitu mencakup 5 hal. Pertama, keterampilan dan pengetahuan pemilik bisnis dimana bagi mereka penting untuk memiliki dasar keterampilan dan pengetahuan bisnis yang dapat diperoleh, baik melalui pembelajaran formal, magang, konferensi *online*, dan pengalaman kerja untuk mempertahankan usaha kecil dan bisnis skala menengah di luar 5 tahun pertama didirikan. Sehingga, mereka dapat memahami kebutuhan pelanggan, karyawan, pemasaran, keuangan, dan teknologi dapat membantu mempertahankan bisnis mereka setelah 5 tahun pertama beroperasi. Kedua, layanan pelanggan yang sangat baik yaitu dengan penawaran yang luar biasa unik dan menakjubkan sebagai sarana untuk mempertahankan pelanggan lama dan mengembangkan bisnis. Sehingga, hal tersebut dapat mencakup lebih dari sekadar memberikan dukungan secara tepat waktu dan menyenangkan. tetapi melakukan segala kemungkinan yang membuat pelanggan tidak hanya puas.

Ketiga, pemasaran efektif dimana mereka menggunakan alat pemasaran untuk menjangkau, menghubungkan, dan menampilkan barang ataupun jasa melalui *platform* media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, dan *Twitter* agar dapat berkomunikasi dengan pelanggan, menarik pelanggan baru, dan meningkatkan penjualan. Keempat, retensi karyawan dimana menjadi penting dalam mempertahankan bisnis mereka dengan merancang berbagai cara untuk meminimalkan pergantian karyawan. Dengan mempertahankan staf yang sama,

mereka membangun struktur dan budaya yang memberikan staf rasa kepemilikan. Kelima, memanfaatkan catatan penjualan dan inventaris yang tepat untuk menganalisis perilaku pembelian pelanggan, mengidentifikasi pola, melindungi bisnis, mengukur kinerja, dan memaksimalkan keuntungan. Sehingga, dapat mengidentifikasi pasar yang menguntungkan, menjaga persediaan tetap segar, dan menambah lini produk baru yang membantu kekuatan finansial bisnis.²¹

Selanjutnya, dari kelima strategi bertahan hidup pemilik usaha kecil kembang gula di Lagos, Nigeria dianalisis menggunakan teori berbasis sumber daya (RBT). Strategi pertama yaitu keterampilan dan pengetahuan pemilik bisnis sesuai dengan kerangka konseptual RBT dimana keterampilan, pengetahuan, dan pengalaman sejalan dengan temuan Petarf (2018) bahwa sumber daya tidak berwujud dapat memengaruhi peningkatan nilai secara positif yang dapat menghasilkan keunggulan kompetitif. Strategi kedua yaitu layanan pelanggan yang sangat baik mendukung kerangka konseptual RBT dimana pelayanan tersebut sejalan dengan gagasan Peter (2018) tentang bagaimana RBT menjelaskan bahwa suatu sumber daya tidak berwujud dapat secara positif memengaruhi persepsi pelanggan terhadap suatu bisnis yang menghasilkan keunggulan kompetitif.

Strategi ketiga yaitu pemasaran efektif, dimana menurut Akwesi (2019), memiliki korelasi dengan kerangka konseptual RBT karena melalui RBT, pemilik bisnis dapat mengevaluasi keterkaitan antara pemasaran yang efektif dan lainnya dalam mempertahankan proposisi nilai produk pada berbagai tahap bisnis yang

²¹ Rita Ejelehi Brodie-Mends, 2022, *Survival Strategies for Small and Medium Scale Enterprises in Nigerian Confectionery Industry*, Disertasi, Walden University, hlm. 66-81.

dapat membantu mempertahankan bisnis. Strategi keempat yaitu retensi karyawan sejalan dengan kerangka konseptual RBT dimana retensi karyawan adalah kuncinya keberlanjutan bisnis. Terakhir, strategi memanfaatkan catatan penjualan dan inventaris selaras dengan kerangka konseptual RBT dimana menurut Wernefelt (1984), akses perusahaan terhadap catatan penjualan yang tepat dan persediaan akan menentukan keberhasilan perusahaan.²²

Tabel 1. 1 Pemetaan Hasil Tinjauan Penelitian Sejenis

| NO | Judul Sumber Referensi | Konsep | Metodologi | Persamaan | Perbedaan |
|----|--|--|--|---|---|
| 1. | Strategi Kebertahanan Pedagang Kopi Kaki Lima di Wilayah Rawamangun pada Era Digital: Analisis Berdasarkan Teori Pierre Bourdieu | Teori Praktik Sosial (Arena) Pierre Bourdieu | Pendekatan penelitian kualitatif dengan metode studi kasus | Sama-sama membahas tindakan yang dilakukan untuk kebertahanan usaha pedagang kaki lima di bidang makanan dengan konsep atau teori dari Pierre Boudieu | Penelitian tersebut fokusnya tentang strategi kebertahanan pedagang kaki lima pada era digital dan dianalisis dengan teori praktik sosial hanya arena/ranah saja. Sedangkan, penelitian ini fokusnya tentang praktik sosial yang dilakukan untuk kebertahanan usaha pedagang kaki lima di suatu wilayah, faktor pendukung dan penghambat dalam keberhasilan praktik tersebut, dan dianalisis dengan teori praktik sosial habitus, modal, dan arena/ranah. |
| 2. | Strategi dan Perjuangan Pedagang Kaki Lima (PKL) di | Teori Praktik Sosial (Habitus, Modal, | Pendekatan penelitian kualitatif dengan metode | Sama-sama membahas tindakan yang dilakukan untuk | Penelitian tersebut tidak dijelaskan pedagang kaki lima di bidang apa. Sedangkan, penelitian ini fokusnya pada |

²² *Ibid*, hlm. 66-81.

| | | | | | |
|----|---|--------------------------------------|---|--|--|
| | Kelurahan Pasar Pagi Kota Samarinda | Ranah) Pierre Bourdieu | etnografi | kebertahanan usaha pedagang kaki lima di suatu wilayah dengan konsep atau teori dari Pierre Boudieu yaitu habitus, modal, dan ranah. | pedagang kaki lima di bidang makanan dan tentang praktik sosial yang dilakukan untuk kebertahanan usaha pedagang kaki lima, serta faktor pendukung dan penghambat dalam keberhasilan praktik tersebut. |
| 3. | <i>The impact of Covid-19 Movement Control Order on SMEs' businesses and survival strategies</i> | Teori RBV | Pendekatan penelitian kualitatif dengan metode studi deskriptif | Sama-sama membahas tindakan yang dilakukan untuk kebertahanan UKM | Penelitian tersebut fokusnya tentang strategi kebertahanan yaitu strategi keuangan dan pemasaran beberapa UKM akibat dari adanya kebijakan pemerintah saat pandemi, serta pembahasan dianalisis menggunakan teori RBV. Sedangkan, penelitian ini fokusnya tentang praktik sosial yang dilakukan untuk kebertahanan usaha pedagang kaki lima di suatu wilayah, faktor pendukung dan penghambat dalam keberhasilan praktik tersebut, dan dianalisis dengan teori praktik sosial habitus, modal, dan arena/ranah. |
| 4. | Strategi Kebertahanan Bisnis Wisata Pada Masa Covid-19 Berdasarkan Nilai-Nilai Etos Kerja Islam di Wahana | Strategi Kebertahanan, Analisis SWOT | Pendekatan penelitian kualitatif dengan metode studi deskriptif | Sama-sama membahas tindakan yang dilakukan untuk kebertahanan usaha | Penelitian tersebut fokusnya tentang strategi kebertahanan yaitu strategi produk, promosi, pengembangan Sumber Daya Insani (SDI), dan harga saat pandemi pada usaha wahana permainan, serta |

| | | | | | |
|----|--|---|--|---|--|
| | Kampoeng Drenges Bojonegoro | | | | pembahasan dianalisis menggunakan analisis SWOT. Sedangkan, penelitian ini fokusnya tentang praktik sosial yang dilakukan untuk kebertahanan usaha pedagang kaki lima di suatu wilayah, faktor pendukung dan penghambat dalam keberhasilan praktik tersebut, dan dianalisis dengan teori praktik sosial habitus, modal, dan arena/ranah. |
| 5. | <i>Survival Strategies for Small and Medium Scale Enterprises in Nigerian Confectionery Industry</i> | Strategi Bertahan Hidup, Teori Berbasis Sumber daya (RBT) | Pendekatan penelitian kualitatif dengan metode studi kasus | Sama-sama membahas tindakan yang dilakukan untuk kebertahanan usaha | Penelitian tersebut fokusnya tentang strategi kebertahanan yaitu mengenai keterampilan dan pengetahuan, layanan pelanggan, pemasaran efektif, retensi karyawan, dan catatan penjualan pada usaha kecil selama 5 tahun awal berdirinya, serta pembahasan dianalisis menggunakan teori berbasis sumber daya (RBT). Sedangkan, penelitian ini fokusnya tentang praktik sosial yang dilakukan untuk kebertahanan usaha pedagang kaki lima di suatu wilayah, faktor pendukung dan penghambat dalam keberhasilan praktik tersebut, dan dianalisis dengan teori praktik sosial habitus, modal, dan arena/ranah. |

(Sumber: Hasil analisis peneliti perbandingan tinjauan penelitian sejenis, 2024)

1.6 Kerangka Konseptual

1.6.1 Teori Praktik Sosial Pierre Bourdieu

Praktik sebagai bentuk teori menunjukkan bahwa pengetahuan tidak diterima begitu saja secara pasif, melainkan dibangun secara aktif. Pandangan ini berbeda dengan materialisme positivis yang menganggap pengetahuan sebagai sesuatu yang hanya dicatat dan juga dengan idealisme intelektualis yang mengabaikan peran sistem kebiasaan (*habitus*) yang terstruktur dan berorientasi pada fungsi praktis dalam membentuk pengetahuan. Di sisi lain, kita harus menghindari subjektivisme yang tidak mampu menjelaskan realitas sosial secara memadai. Oleh karena itu, penting untuk kembali meneliti praktik, tempat terjadinya hubungan timbal balik antara hasil kerja (*produk*) dan cara kerja (*proses*), serta antara struktur sosial dan *habitus*.²³

Praktik sosial tidak mungkin dijelaskan hanya sebagai hasil dari struktur atau agensi. Sebaliknya, perlu dilakukan penjelasan relasional yang menunjukkan dinamika hubungan antara agensi dan struktur untuk menemukan bagaimana keduanya saling memengaruhi dalam proses kompleks yang menghasilkan praktik sosial. Bourdieu mengajukan konsep uniknya, *habitus* dan *ranah* (*field*), untuk menjelaskan hubungan antara agensi dan struktur yang tidak linier. *Habitus*, menurut Bourdieu (1979: vii), adalah suatu sistem disposisi yang berubah-ubah dan bertahan lama yang berfungsi sebagai dasar generatif untuk praktik-praktik yang terorganisir dan terpadu secara objektif. Sementara *ranah*, menurut Bourdieu, adalah jaringan hubungan antar posisi-posisi objektif dalam suatu

²³ Pierre Bourdieu, 1990, *The Logic of Practice*. Cambridge: Polity Press, hlm 52.

tatanan sosial yang terpisah dari kesadaran dan kehendak individual (Bourdieu & Eagleton, dalam Zizek et al., 1994). Ada banyak ide lain yang mendukung karya Bourdieu, seperti kekuasaan simbolik, strategi, dan perebutan (kekuasaan material dan simbolik), serta berbagai jenis modal (modal budaya, simbolik, dan ekonomi). Habitus dan ranah merupakan dasar konseptual utama karya Bourdieu.²⁴

Praktik merupakan hasil dari hubungan dengan habitus dan ranah. Keduanya merupakan produk dari medan daya-daya yang ada di masyarakat. Dalam suatu rantangan, ada pertarungan, kekuatan, dan orang yang memiliki banyak modal dan orang yang tidak. Modal adalah konsentrasi kekuatan, suatu kekuatan khusus yang beroperasi di dalam ranah. Agar seseorang dapat hidup dan bertahan di dalam ranah tersebut, mereka memerlukan modal-modal tertentu. Pertarungan sosial selalu terjadi di ranah tersebut. Dibandingkan dengan orang yang tidak memiliki modal, mereka yang memiliki modal dan kebiasaan yang sama dengan kebanyakan orang akan lebih mampu mengambil tindakan untuk mempertahankan atau mengubah struktur. Secara singkat, rumus generatif Bourdieu menerangkan praktik sosial melalui persamaan: $(\text{Habitus} \times \text{Modal}) + \text{Ranah} = \text{Praktik}$ (Bourdieu, 1984: 101).²⁵

A. Habitus

Agen sosial, baik individu maupun kelompok, memiliki kebiasaan yang terbentuk oleh struktur sosial tempat mereka berada. Individu tidak hanya bersifat pribadi, tetapi juga kolektif karena kepribadian mereka

²⁴ Richard Harker, Cheelen Mahar, Chris Wilkes, 2005, *(Habitus x Modal) + Ranah = Praktik (Pengantar Paling Komperhensif kepada Pemikiran Pierre Bourdieu)*, Yogyakarta: Jalasutra, hlm. 18-20.

²⁵ *Ibid*, hlm. 21-24.

dibentuk oleh pengalaman sosial. Habitus adalah cara berpikir, melihat, dan menilai sesuatu yang dibentuk oleh pengalaman pribadi seseorang. Menurut Herbert Simon, akal manusia terbatas, bukan hanya karena keterbatasan alami, tetapi juga karena dibentuk oleh faktor sosial. Banyak ekonom klasik cenderung mengabaikan pengaruh sosial ini, meskipun pemikir seperti Veblen dan Duesenberry telah menekankan bahwa perilaku ekonomi tidak sekadar didorong oleh keinginan atau perencanaan rasional. Veblen berpendapat bahwa agen ekonomi adalah hasil dari pola kebiasaan, bukan sekadar sekumpulan keinginan, dan Duesenberry menunjukkan bahwa pilihan konsumsi dipengaruhi oleh pendapatan masa lalu dan pembentukan kebiasaan. Struktur sosial juga membentuk kebutuhan dan permintaan seseorang, seperti yang telah disadari oleh ekonom Jevons dan Marshall. Jadi, preferensi dan selera setiap orang berbeda-beda sesuai dengan posisi dan pengalaman mereka dalam struktur sosial. Perilaku ekonomi yang dianggap rasional adalah hasil dari kondisi sosial tertentu. Untuk memahami perilaku ekonomi, kita perlu melihat lingkungan sosialnya, serta memahami kebutuhan dan batasan sosial yang ada.²⁶

Habitus bukanlah sekadar mekanisme otomatis dari tindakan atau reaksi seperti refleks. Habitus adalah spontanitas yang terbentuk dan terbatas oleh kondisi tertentu. Ini berarti tindakan seseorang tidak hanya reaksi langsung terhadap realitas yang mereka lihat, tetapi adalah respons cerdas yang muncul dari pengalaman hidup mereka yang kaya akan

²⁶ Neil J. Smelser dan Richard Swedberg, 2005, *The Handbook of Economic Sociology*, New York: Russell Sage Foundation, hlm. 83.

kemungkinan masa depan. Tindakan tersebut mengandung jejak pengalaman masa lalu yang terbentuk saat individu menghadapi berbagai tantangan di lingkungannya. Oleh karena itu, strategi yang digunakan seseorang tidak bisa langsung disimpulkan hanya dari posisi atau situasi saat itu. Ini menghasilkan respons yang tidak semata-mata berasal dari stimulus dan tidak bisa sepenuhnya diprediksi berdasarkan situasi saja. Tindakan tersebut adalah respons terhadap aspek realitas yang dipahami secara selektif, tidak sepenuhnya subjektif, namun dipengaruhi oleh konteks sosialnya. Dengan kata lain, tindakan tersebut dapat dianggap sebagai tindakan yang terpikirkan namun spontan, karena respons ini dipicu oleh rangsangan yang hanya bisa dipahami oleh individu yang memiliki kecenderungan untuk mengenalinya dan memahami maknanya.²⁷

Secara singkat, habitus menghasilkan praktik individu dan kolektif yang terus dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu. Sistem disposisi ini adalah sebuah pengaruh dari masa lalu yang tetap ada hingga saat ini dan cenderung berlanjut ke masa depan melalui praktik yang mengikuti prinsip-prinsip tertentu, bekerja seperti hukum internal yang mengatur kebutuhan eksternal secara konsisten (bukan hanya dipengaruhi oleh situasi yang sementara). Ini menciptakan prinsip kesinambungan dan keteraturan dalam masyarakat yang sulit dijelaskan secara rasional. Selain itu, perubahan dan transformasi yang teratur ini tidak bisa dijelaskan oleh determinisme

²⁷ *Ibid*, hlm. 84.

eksternal yang bersifat mekanis, maupun oleh determinisme internal yang bersifat spontan.²⁸

B. Ranah

Ranah adalah ruang sosial di mana berbagai orang atau kelompok bersaing untuk mendapatkan modal atau kekuasaan. Setiap ranah memiliki aturan dan logika yang mengatur cara orang bertindak dan mendapatkan keuntungan. Ranah sosial dapat mencakup bidang akademik, politik, seni, olahraga, atau bahkan kehidupan keluarga. Dalam konteks ini, praktik sosial didefinisikan sebagai tindakan individu atau kelompok yang terjadi di berbagai ranah sosial dengan mempertimbangkan hubungan dan kekuatan yang ada di dalamnya.²⁹

Struktur di dalam ranah ekonomi cenderung mempertahankan dirinya karena distribusi kekuatan menentukan peluang keberhasilan dan keuntungan. Ranah menjadi prediksi yang cukup stabil tentang masa depan berdasarkan aturan yang berlaku, sehingga agen-agen di dalamnya mengembangkan keterampilan dan kebiasaan (*habitus*) yang berguna untuk menghadapi situasi yang berulang. Struktur ranah merujuk pada hubungan kekuatan antara perusahaan-perusahaan yang mempengaruhi bagaimana mereka menentukan harga beli (untuk bahan, tenaga kerja, dan sebagainya) dan harga jual. Keputusan yang diambil oleh agen ekonomi tidak sepenuhnya bebas, melainkan mereka memilih dari berbagai kemungkinan

²⁸ Pierre Bourdieu, 1977, *OUTLINE OF A THEORY OF PRACTICE*, Cambridge: Cambridge University Press, hlm. 82..

²⁹ Pierre Bourdieu, 1990, *The Logic of Practice*. Cambridge: Polity Press, hlm 55.

yang ditentukan oleh struktur ranah yang ada. Struktur sosial mempengaruhi cara pasar beroperasi dan seberapa banyak kebebasan yang dimiliki perusahaan untuk merancang strategi mereka. Jadi, bukan harga yang menjadi faktor penentu utama, melainkan berbagai aspek yang berkontribusi untuk menentukan harga tersebut.³⁰

Ranah juga dapat dilihat sebagai medan perjuangan, tempat di mana agen-agen yang memiliki sumber daya yang berbeda bersaing untuk mendapatkan akses ke pertukaran dan untuk mempertahankan atau mengubah hubungan kekuatan yang ada. Perusahaan melakukan tindakan yang tujuan dan efektivitasnya tergantung pada posisi mereka dalam struktur distribusi berbagai jenis modal. Mereka tidak beroperasi dalam dunia yang tidak ada batas kendala dimana mereka bisa bebas mengembangkan strategi, melainkan mereka terikat pada kendala dan peluang yang ada di posisi mereka, serta pada cara mereka memahami posisi diri mereka dan pesaing berdasarkan informasi yang mereka miliki.³¹

C. Modal

Kekuatan yang dimiliki oleh suatu agen, seperti perusahaan, bergantung pada berbagai aset pasar strategis atau faktor-faktor yang memberi keunggulan kompetitif. Kekuatan ini bergantung pada jenis dan jumlah modal yang dimiliki perusahaan yaitu antara lain:³²

³⁰ Neil J. Smelser dan Richard Swedberg, 2005, *The Handbook of Economic Sociology*, New York: Russell Sage Foundation, hlm. 76.

³¹ *Ibid*, hlm. 78.

³² *Ibid*, hlm. 75.

1. **Modal ekonomi:** mencakup akses langsung atau melalui bank ke sumber daya keuangan, yang penting untuk mengembangkan dan mempertahankan jenis modal lainnya.
2. **Modal budaya:** dalam bentuk obyektif seperti peralatan, instrumen, dalam bentuk perwujudan seperti kompetensi, keterampilan, dll.
3. **Modal sosial:** kekuatan dari jaringan hubungan dan sumber daya yang bisa memberikan keuntungan kompetitif.
4. **Modal simbolik:** meliputi kepercayaan dan pengakuan, seperti kesetiaan merek yang dapat memberi perusahaan kredibilitas di mata konsumen.

1.6.2 Kebertahanan

Menurut KBBI, kebertahanan berasal dari kata “*tahan*” yang berarti "tetap pada keadaan atau kedudukannya, sanggup menanggung atau menderita sesuatu, dapat bersabar, merasa sanggup, dan cukup. Dapat disimpulkan bahwa kebertahanan adalah keadaan yang kuat atau tangguh dalam menghadapi berbagai situasi dan kondisi. Kemudian, menurut Muller (2007), kebertahanan didefinisikan sebagai kemampuan sistem, komunitas, atau masyarakat terkena terhadap bahaya untuk menahan, menyerap, mengakomodasi, dan memulihkan dampak bahaya secara efektif dan tepat waktu, termasuk melalui metode penting untuk pelestarian dan pemulihan dasar fungsi dan struktur. Menurut Clauss Ehler (2004) dan Caroline (2008), menjelaskan tentang kebertahanan budaya yaitu

mengacu pada seberapa kuat kekuatan budaya seseorang dalam mengatasi perkembangan wilayah. Jenis keberlanjutan yang dimaksud di sini adalah bagaimana seseorang atau kelompok usaha dapat mempertahankan budaya atau kebiasaan sehari-harinya, terutama dalam proses produksi, dan menjalin hubungan dengan orang lain, termasuk karyawan dan pelanggan.³³

1.6.3 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

A. Pengertian UMKM

Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang UMKM mengatur definisi UMKM di Indonesia. Menurut Pasal 1 UU tersebut, usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro yang diatur dalam UU tersebut. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan sebagai anak perusahaan atau anak perusahaan.

B. Kriteria UMKM di Indonesia

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 menyatakan bahwa kriteria dari UMKM adalah sebagai berikut:³⁴

- b. Usaha mikro adalah usaha produktif milik individu atau badan usaha milik individu yang memenuhi syarat-syarat berikut: 1) Kekayaan bersih

³³ Mahyudin Damis, 2018, *Strategi Keberlanjutan Usaha Warung Kopi Tikala Manado Suatu Tinjauan Antropologi*, *Jurnal Holistik*, 11(21A), hlm. 8.

³⁴ Reza Nurul Ihsan, SE, MM, Dr. Sarman Sinaga, SE, MM, dan Lukman Nasution, SE.I, MM, 2021, *EKONOMI KOPERASI DAN UMKM*, Medan: CV. Sentosa Deli Mandiri, hlm. 153-154.

- tidak lebih dari Rp50.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. 2) Hasil penjualan tahunan tidak lebih dari Rp300.000.000.
- c. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh individu atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian langsung atau tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar dan memenuhi kriteria berikut: 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan bisnis. 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000 hingga Rp2.500.000.000.
- d. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh individu atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian langsung atau tidak langsung dari usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria berikut: 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000 hingga Rp10.000.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan bisnis. 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000 hingga Rp50.000.000.000.

C. Klasifikasi UMKM Berdasarkan Karakteristik

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah kelompok usaha yang paling besar dari segi jumlah dan telah menunjukkan tingkat ketahanan

yang tinggi terhadap krisis ekonomi. Oleh karena itu, membangun lebih banyak UMKM, yang terdiri dari berbagai bisnis, adalah perlu.³⁵

Maka dari itu, UMKM diklasifikasikan sebagai berikut:

- a. *Livelihood Activities* yaitu UMKM yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih sering disebut sebagai sektor informal. Misalnya, pedagang kaki lima (PKL).
- b. *Micro Enterprise* yaitu UMKM yang memiliki ciri-ciri pengrajin tetapi tidak memiliki ciri-ciri kewirausahaan.
- c. *Small Dynamic Enterprise* yaitu UMKM yang memiliki semangat kewirausahaan dan memiliki kemampuan untuk menerima pekerjaan melalui subkontrak dan ekspor.
- d. *Fast Moving Enterprise* yaitu UMKM yang memiliki semangat kewirausahaan akan berkembang menjadi usaha besar (UB).

D. Perkembangan UMKM di Indonesia

UMKM yang ada di Indonesia lebih banyak yang bergerak di sektor informal, seperti perdagangan kaki lima, kuliner, dan kerajinan. Mereka juga banyak bekerja di sektor agrikultur dan produk berbasis sumber daya alam. Kemudian, menurut laporan oleh Dinas Kementerian Koperasi Indonesia (2022), pertumbuhan UMKM di Indonesia pada tahun 2019 mencapai 65,46 juta unit, yang merupakan peningkatan 1,98% dibandingkan dengan jumlah tahun sebelumnya sebesar 64,19 juta unit. Dengan demikian,

³⁵ *Ibid*, hlm. 155-156.

UMKM mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 119,56 juta orang di seluruh Indonesia pada tahun 2019. Selain itu, UMKM di seluruh Indonesia telah berkontribusi sebanyak 61,07% terhadap PDB, menurut data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah pada Maret 2021. Data ini menunjukkan bahwa UMKM sangat membantu perekonomian Indonesia dan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.³⁶

Pemerintah Indonesia membantu UMKM melalui program seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR). Namun, masalah utama bagi UMKM di Indonesia adalah birokrasi dan regulasi yang rumit, serta ketidakpastian kebijakan pemerintah lokal. Kemudian, walaupun ada program KUR, banyak UMKM di Indonesia yang masih mengalami kesulitan mendapatkan dana. Mereka bergantung pada modal pribadi atau sistem pinjaman informal. Selain itu, banyak UMKM di Indonesia yang masih tertinggal dalam adopsi teknologi. Sebagian besar dari mereka masih menjalankan bisnis secara tradisional dan tidak memiliki akses ke teknologi *modern* atau *e-commerce*. Tidak hanya itu, UMKM yang ada di Indonesia sebagian besar masih berorientasi pada pasar domestik, sedangkan yang mampu bersaing ke pasar internasional hanya sedikit.³⁷

Intelligentia - Dignitas

³⁶ Atsna Himmatul Aliyah, 2022, *Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat*, *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 3(1), hlm. 68.

³⁷ *Ibid*, hlm. 69.

1.6.4 Pedagang Kaki Lima

A. Pengertian Pedagang Kaki Lima

Menurut Nugroho (2003), istilah "*pedagang kaki lima*", atau "*PKL*", mengacu pada penjaja dagangan yang beroperasi secara komersial di atas daerah milik jalan (DMJ) yang dimaksudkan untuk pejalan laki-laki. Istilah "*PKL*" digunakan untuk menggambarkan pedagang gerobak, dimana dua kaki pedagang dan tiga kaki gerobak membentuk lima kaki. Gerobak sebenarnya memiliki tiga roda, atau dua roda dan satu kaki. Kemudian, Damsar (2002) juga berpendapat bahwa pedagang kaki lima (sektor informal) adalah mereka yang menjalankan bisnis secara individual atau kolektif dengan menggunakan fasilitas umum seperti trotoar dan pinggir jalan umum. Pedagang yang beroperasi dalam jangka waktu tertentu dengan menggunakan sarana atau perlengkapan yang mudah dipindahkan dibongkar pasang dan mempergunakan lahan fasilitas umum.³⁸

B. Pedagang Kaki Lima sebagai Ekonomi Informal

Menurut Hernando de Soto yaitu seorang ekonom asal Peru, dalam bukunya yang berjudul "*The Other Path: The Economic Answer to Terrorism*", ekonomi informal mencakup semua aktivitas ekonomi yang tidak terdaftar, tidak memiliki izin resmi, dan tidak diatur oleh hukum. Usaha kecil, pedagang kaki lima, dan kegiatan lainnya yang tidak memiliki pengakuan resmi dari pemerintah termasuk dalam ekonomi informal.

³⁸ Rholen Bayu Saputra, 2014, *Profil Pedagang Kaki Lima (PKL) yang Berjualan di Badan Jalan (Studi di Jalan Teratai dan Jalan Seroja Kecamatan Senapelan)*, Jurnal Jom FISIP, 1(2), hlm. 4.

Menurutnya, dengan adanya hambatan birokrasi, regulasi yang rumit, dan biaya tinggi untuk mematuhi persyaratan hukum di sektor formal, banyak orang terpaksa bekerja di sektor informal. Akibatnya, banyak orang dan usaha tidak dapat berpartisipasi dalam ekonomi formal. Selain itu, Hernando berpendapat bahwa ekonomi informal mengganggu kemajuan ekonomi dan stabilitas sosial karena tidak memiliki pengakuan hukum, membuat mereka rentan terhadap eksploitasi dan kekerasan.³⁹

Kemudian, menurut Keith Hart yaitu seorang antropolog ekonomi asal Inggris, dalam esainya yang berjudul "*Informal Income Opportunities and Urban Employment in Ghana*", menekankan bahwa pedagang kaki lima termasuk ke dalam pekerja sektor informal yang beroperasi di luar ekonomi formal yang diatur pemerintah. Mereka tidak tunduk pada pajak, jaminan sosial, atau aturan ketenagakerjaan resmi. Pedagang kaki lima menawarkan peluang penghasilan bagi mereka yang tidak dapat atau tidak ingin bekerja di sektor formal. Sektor formal lebih terkontrol dan terorganisir, sedangkan pedagang kaki lima tidak memerlukan izin resmi atau modal besar untuk beroperasi. Akibatnya, mereka beroperasi dalam sektor informal. Hart menunjukkan bahwa kedua sektor ini saling bergantung dan saling terkait, di mana ekonomi informal membantu kebutuhan sehari-hari masyarakat dan bahkan membentuk tenaga kerja formal.⁴⁰

³⁹ Hernando De Soto, 2000, *The Other Path: The Economic Answer to Terrorism*, New York: Basic Books, hlm. 12-15.

⁴⁰ Keith Hart, 1973, *Informal Income Opportunities and Urban Employment in Ghana*. *The Journal of Modern African Studies*, 11(1), hlm. 77-81.

C. Pedagang Kaki Lima di Perkotaan Jakarta

DKI Jakarta adalah kota metropolitan modern yang menarik orang dari berbagai wilayah dan memiliki masyarakat multikultural dengan berbagai latar belakang sosial. Pedagang kaki lima tidak hanya berasal dari DKI Jakarta, tetapi juga dari berbagai daerah di Indonesia, sehingga menghasilkan stratifikasi dan diferensiasi yang tinggi. Akibatnya, kebijakan pembangunan struktur, kultur, dan proses pemerintah DKI Jakarta harus sistemik, holistik, dan inklusif sehingga dapat meningkatkan kualitas kehidupan bagi semua warganya.⁴¹ Menurut beberapa studi yang dilakukan di daerah Jakarta, sekitar 60% tenaga kerja terdiri dari pedagang kaki lima. Menurut Seturahman (1985), di Jakarta ada 360.000 PKL yang terserap dan di Jabotabek bisa mencapai 1.800.000 PKL menjelang lebaran. Usaha kecil seperti PKL memainkan peran penting dalam menciptakan lapangan kerja, mengurangi kemiskinan, dan memberikan perlindungan ekonomi kerakyatan, menjadikannya aset ekonomi nasional Indonesia. Banyak perusahaan besar mengalami gulung tikar dan merumahkan karyawannya selama krisis ekonomi 1997-1998 di negara kita. Namun, sektor informal seperti PKL tidak terkena dampaknya, malah mereka membantu pekerja yang di PHK, masyarakat kecil yang sulit mendapatkan pekerjaan, dan lulusan perguruan tinggi yang kurang beruntung.⁴²

⁴¹ Dr. Cucu Nurhayati, M. Si., 2015, *PEMBANGUNAN SOSIAL SEKTOR INFORMAL PERKOTAAN: (Studi Atas Pedagang Kaki Lima di Pasar Minggu DKI Jakarta)*, Jakarta: Orbit Publishing, hlm. 5.

⁴² Muhamad Fajar Pramono, dkk, 2013, *Penataan dan Pembinaan Pedagang Kaki Lima dalam Perspektif Komunikasi Pembangunan di Surakarta*, *Jurnal Kanal*, 1(2), hlm. 164-165.

Akan tetapi, keberadaan PKL menjadi salah satu sumber masalah yang ada di DKI Jakarta. Para PKL di wilayah perkotaan Jakarta sering menggunakan ruang publik seperti trotoar, bahu jalan, taman kota, dan lainnya. Penggunaan ruang publik ini dapat mengganggu ketertiban dan keindahan, serta membuat pengguna jalan merasa dirugikan dan menyebabkan kemacetan yang lama.⁴³ Berkembangnya aktivitas ekonomi informal yang tidak terorganisir ini mengganggu aktivitas di kota, mengakibatkan kualitas lingkungan menurun. Fungsi ruang tersebut juga berubah akibat PKL menempati ruang publik. Misalnya, pengurangan ruang hijau terbuka, penggunaan trotoar oleh PKL yang mengganggu lalu lintas, penggunaan badan jalan oleh PKL yang menyebabkan kemacetan, dan penggunaan kawasan tepi sungai atau di atas saluran *drainase* oleh PKL yang menyebabkan aliran air terganggu.⁴⁴

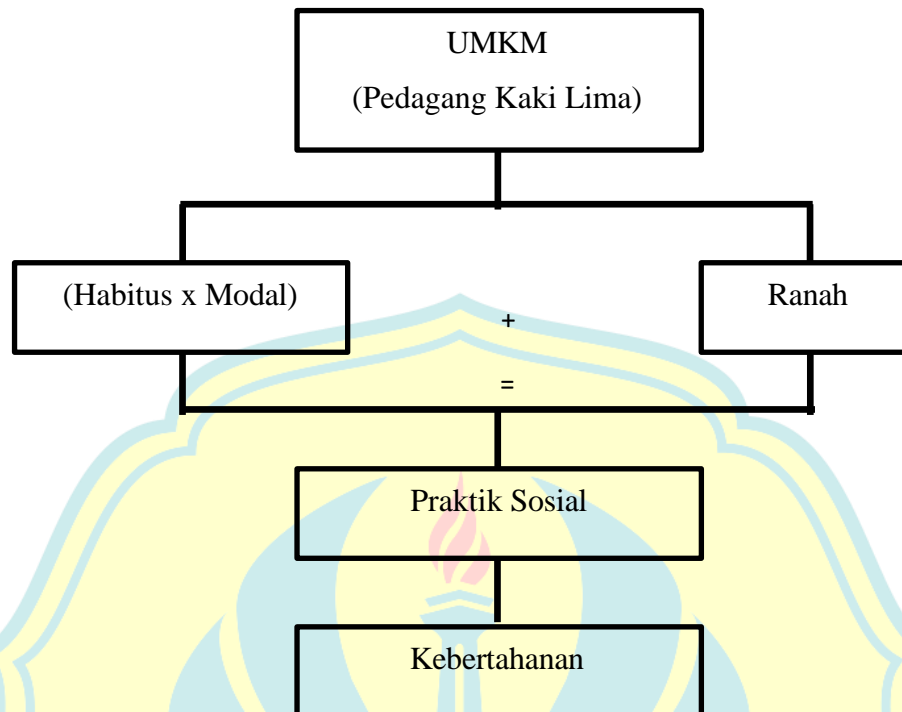


Intelligentia - Dignitas

⁴³ Yovansia Christoforus dan Yunita Ardianti Sabtalistia, 2022, *Wadah Pedagang Kaki Lima Untuk Berjualan Berdasarkan Kondisi Setiap Tahunnya pada Pasar Asemka*, *Jurnal Studi Sains, Teknologi, Urban, Perancangan, Arsitektur*, 4(2), hlm. 1065-1066.

⁴⁴ Retno Widjajanti, 2009, *Karakteristik Aktivitas Pedagang Kaki Lima pada Kawasan Komersial di Pusat Kota*, *Jurnal Teknik*, 30(3), hlm. 162.

Skema 1. 1 Kerangka Konsep



(Sumber: Hasil analisis peneliti, 2024)

1.7 Metodologi Penelitian

1.7.1 Pendekatan dan Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif sebagai metode ilmiah yang sering digunakan dan dilaksanakan oleh sekelompok peneliti dalam bidang ilmu sosial, termasuk juga ilmu pendidikan. Menurut Bogdan dan Taylor (1982), penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati, pendekatannya diarahkan pada latar dan individu secara holistik.⁴⁵ Penelitian kualitatif juga merupakan teknik penelitian yang menggunakan narasi atau kata-kata untuk menjelaskan dan menjabarkan makna setiap fenomena,

⁴⁵ Zuchri Abdussamad, 2021, *Metode Penelitian Kualitatif*, Sulawesi: Syakir Media Press, hlm. 30.

gejala, dan situasi sosial tertentu. Peneliti adalah alat penting untuk memaknai dan menginterpretasikan setiap fenomena, gejala, dan situasi sosial tertentu.⁴⁶

Selanjutnya, untuk metode penelitiannya menggunakan studi deskriptif. Penelitian deskriptif dimaksudkan untuk mengeksplorasi atau mengklarifikasi suatu gejala, fenomena, atau kenyataan sosial saat ini. Penelitian deskriptif berusaha untuk mendeskripsikan sejumlah variabel yang berkaitan dengan masalah dan unit yang diteliti, tanpa mempersoalkan bagaimana variabel-variabel tersebut berhubungan satu sama lain, karena penelitian deskriptif tidak bermaksud untuk menarik generasi baru untuk melakukan penelitian.⁴⁷

1.7.2 Subjek Penelitian

Subjek penelitian dalam penelitian kualitatif merupakan kunci yang sangat penting. Subjek penelitian dalam penelitian ini ada 5 informan kunci yaitu antara lain pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) atau pedagang kaki lima di Jalan Karya Bhakti Cibubur yang sudah lama berjualan di sana. Selain itu, ada 2 informan tambahan selaku pengelola pedagang di Jalan Karya Bhakti Cibubur dan juga pemerintah yang mengurus pedagang kaki lima di Cibubur Jakarta Timur.

Intelligentia - Dignitas

⁴⁶ Marinu Waruwu, 2023, *Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)*, *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), hlm. 2898.

⁴⁷ Hasan Syahrizal dan M. Syahrani Jailani, 2023, *Jenis-Jenis Penelitian Dalam Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, *Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora*, 1(1), hlm. 19.

Tabel 1. 2 Profil Subjek Penelitian

| NO | Nama | Usia | Pekerjaan | Lama Berjualan | Keterangan |
|-----------|-------------|-------------|--|-----------------------|---------------------|
| 1. | Bapak A | 46 tahun | Pedagang Pecel Ayam | 10 tahun | Informan kunci 1 |
| 2. | Bapak G | 54 tahun | Pedagang Angkringan | 8 tahun | Informan kunci 2 |
| 3. | Ibu S | 52 tahun | Pedagang Warmindo | 8 tahun | Informan kunci 3 |
| 4. | Bapak S | 63 tahun | Pedagang Nasi Goreng | 15 tahun | Informan kunci 4 |
| 5. | Bapak P | 54 tahun | Pedagang Mie Ayam | 18 tahun | Informan kunci 5 |
| 6. | Ibu A | 75 tahun | Bendahara Yayasan Sasana Tresna Werdha Karya Bhakti Ria Pembangunan sebagai Pengelola Pedagang Kaki Lima di Jalan Karya Bhakti Cibubur | - | Informan Tambahan 1 |
| 7. | Bapak H | 30 tahun | Kepala Seksi Ekonomi dan Pembangunan di Kelurahan Cibubur sebagai Pengurus Pedagang Kaki Lima di Jalan Karya Bhakti Cibubur | - | Informan Tambahan 2 |

(Sumber: Hasil data wawancara penelitian, 2024)

1.7.3 Lokasi dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan penelitian di Jalan Karya Bhakti Cibubur yang terletak di Kelurahan Cibubur, Kecamatan Ciracas, Jakarta Timur. Lokasi ini dipilih karena di sepanjang trotoar jalan tersebut terdapat banyak pedagang kaki lima yang setiap harinya berjualan dari sore hari hingga malam hari. Lokasi tersebut sesuai dengan fokus penelitian saya dimana subjek penelitian saya adalah pedagang kaki lima yang sudah lama berjualan dan masih bisa bertahan hingga saat ini dan bersaing dengan pedagang-pedagang baru. Selain itu, di lokasi tersebut memang sudah lama terdapat pedagang kaki lima yang berjualan dan merupakan tempat yang strategis bagi para pengendara jalan ataupun pekerja

yang ingin istirahat dan makan di sana. Jadi, lokasi tersebut sangat cocok untuk peneliti melakukan penelitian karena sesuai dengan permasalahan penelitian yang diangkat. Sedangkan, penelitian ini dilakukan selama kurang lebih 4 bulan yaitu dimulai pada bulan Februari 2024 hingga bulan Oktober 2024.

1.7.4 Peran Peneliti

Peran peneliti dalam penelitian kualitatif ini adalah sebagai orang yang melakukan pengamatan dan penelitian langsung di lapangan untuk melihat realitas sosial yang ada di sana. Ibrahim (2015) berpendapat bahwa peneliti sangat penting dalam penelitian kualitatif karena peneliti secara langsung ada di lapangan dan tidak dapat diganti selama proses penelitian.⁴⁸ Dalam penelitian ini, peneliti berusaha melihat bagaimana kondisi sosial dan cara berjualan yang dilakukan oleh beberapa pedagang kaki lima yang ada di Jalan Karya Bhakti Cibubur. Peneliti juga turun langsung ke lapangan untuk mendapatkan data secara maksimal dengan melakukan wawancara mendalam kepada para pedagang kaki lima tersebut dan juga keluarga dari informan kunci, pengurus Yayasan Sasana Tresna Werdha Karya Bhakti Ria Pembangunan maupun staff di Kelurahan Cibubur yang mengurus pedagang kaki lima, sehingga peneliti dapat mengetahui kondisi yang sebenarnya. Selain itu, peneliti juga memiliki peran sebagai perencana, pelaksana, pengumpul data, analisis, penafsir data, dan pelapor penelitian dalam pelaksanaan penelitian ini.

⁴⁸ Prof. Dr. Spto Haryoko, M.Pd. Drs. Bahartiar, M.Pd., dan Fajar Arwadi, S.Pd., M.Sc., 2020, *ANALISIS DATA PENELITIAN KUALITATIF (Konsep, Teknik & Prosedur Analisis)*, Makassar: Universitas Negeri Makassar, hlm. 135.

1.7.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara untuk mengumpulkan data yang akan diteliti. Dengan kata lain, teknik ini memerlukan langkah-langkah yang sistematis dan strategis untuk mendapatkan data yang benar dan valid. Peneliti harus benar-benar memulai penelitian dan memahami metode pengumpulan data agar mereka dapat memastikan bahwa teori dan data yang ada di dalamnya benar dan valid.⁴⁹ Sesuai dengan jenis penelitian dalam penelitian ini yaitu penelitian kualitatif, maka teknik pengumpulan data yang dilakukan untuk mengumpulkan data yaitu dengan:

1. Observasi

Menurut Adler (2012) dan Creswell (2013), observasi adalah teknik pengumpulan data yang rumit karena banyak hal yang memengaruhi caranya digunakan. Penelitian yang mempelajari perilaku manusia, proses kerja, dan gejala alam cocok untuk menggunakan teknik pengumpulan data observasi.⁵⁰ Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi yaitu melihat, mengamati, dan ikut serta secara langsung di lapangan dengan berbagai kegiatan dan peristiwa yang dilakukan oleh subjek penelitian yaitu pedagang kaki lima di Jalan Karya Bhakti Cibubur saat mereka berjualan.

⁴⁹ Mochamad Nashrullah, dkk, 2023, *METODOLOGI PENELITIAN PENDIDIKAN (Prosedur Penelitian, Subyek Penelitian, dan Pengembangan Teknik Pengumpulan Data)*, Sidoarjo: UMSIDA Press, hlm. 53.

⁵⁰ *Ibid*, hlm. 59.

2. Wawancara

Menurut Berg (2020) dan Rubin (2011), wawancara adalah metode pengumpulan data di mana peneliti dan narasumber berbicara satu sama lain secara langsung.⁵¹ Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara terstruktur kepada informan. Peneliti telah mengidentifikasi dengan pasti informasi apa yang akan digali dari narasumber melalui wawancara terstruktur. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara atau tanya jawab yang sudah disiapkan pertanyaan ataupun instrumen penelitiannya secara sistematis kepada subjek penelitian.

Subjek penelitian tersebut antara lain pedagang kaki lima di Jalan Karya Bhakti Cibubur, keluarga dari informan kunci, pengurus Yayasan Sasana Tresna Werdha Karya Bhakti Ria Pembangunan, dan petugas Kelurahan Cibubur secara langsung dengan bantuan alat perekam dan pengambil foto yaitu *handphone* maupun melalui *Whatsapp* mengenai persoalan-persoalan yang ingin diteliti. Pertanyaan-pertanyaan tersebut sudah disusun terlebih dahulu oleh peneliti agar dapat mengetahui pemikiran, pendapat, maupun persepsi mereka mengenai praktik sosial yang dilakukan oleh pedagang kaki lima dalam kebertahanan usaha mereka. Dengan begitu, peneliti akan memperoleh informasi-informasi yang penting dari subjek penelitian secara lebih luas dan detail yang akan membantu proses penulisan laporan penelitian ini.

⁵¹ *Ibid*, hlm. 58.

3. Dokumen

Menurut Bowen (2009) dan Ritchie & Lewis (2003), jenis pengumpulan data yang tidak terfokus pada subjek penelitian disebut studi dokumen. Jenis pengumpulan data ini menyelidiki berbagai jenis dokumen yang bermanfaat untuk bahan analisis.⁵² Selain menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi dan wawancara, peneliti juga menggunakan dokumen untuk melengkapi data yang diperoleh. Dokumen primer diambil saat di lapangan langsung, seperti dokumen penting, foto dan sebagainya. Sedangkan, dokumen sekunder seperti foto tambahan diambil melalui *google foto* dan juga *google maps*.

1.7.6 Teknik Analisis Data

Setelah mengumpulkan data di lapangan, langkah selanjutnya yang sangat penting adalah melakukan analisis data. Menurut Noeng Muhadjir (1998), analisis data yaitu upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi, wawancara, dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan bagi orang lain. Sedangkan, untuk meningkatkan pemahaman tersebut analisis perlu dilanjutkan dengan berupaya mencari makna.⁵³ Dalam penelitian kualitatif ini data diperoleh melalui observasi dan wawancara mendalam kepada para informan yang merupakan data primer akan dianalisis dan dibantu dengan data sekunder melalui

⁵² *Ibid*, hlm. 62.

⁵³ Ahmad dan Muslimah, 2021, *Memahami Teknik Pengolahan dan Analisis Data Kualitatif*, *Jurnal Proceedings*, 1(1), hlm. 178.

buku, jurnal, maupun tesis/disertasi. Adapun tahapan analisis data pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Reduksi Data

Tahap reduksi data merupakan proses yang berfokus pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang berasal dari laporan tertulis di lapangan. Proses ini berlanjut sepanjang penelitian, bahkan sebelum data dikumpulkan. Mulai dari kerangka konseptual penelitian, masalah studi, dan metode pengumpulan data yang dipilih peneliti.⁵⁴

2. Penyajian Data

Tahap penyajian data yaitu ketika sekumpulan informasi disusun untuk memungkinkan penarikan kesimpulan. Teks naratif, catatan lapangan, matriks, grafik, jaringan, dan bagan adalah beberapa bentuk penyajian data kualitatif setelah mendapatkan data di lapangan. Bentuk-bentuk ini menggabungkan informasi yang mudah dipahami sehingga mudah melihat apa yang sedang terjadi, memastikan apakah kesimpulan sudah tepat, atau sebaliknya melakukan analisis kembali.⁵⁵

3. Penarikan Kesimpulan

Tahap penarikan kesimpulan selalu dilakukan peneliti untuk terus berusaha mencapai kesimpulan di lapangan. Peneliti kualitatif mulai

⁵⁴ *Ibid*, hlm. 182.

⁵⁵ *Ibid*, hlm. 184.

mencari arti objek, mencatat keteraturan pola (dalam catatan teori), penjelasan, konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat, dan proposisi sejak awal pengumpulan data.⁵⁶

1.7.7 Teknik Triangulasi data

Setelah penarikan kesimpulan diambil dalam analisis data, langkah selanjutnya adalah triangulasi. Menurut Kanto (2016), sebuah variasi informasi yang luas atau data yang lengkap dapat diperoleh lagi melalui metode triangulasi ini. Teknik triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber. Triangulasi sumber didefinisikan sebagai proses *cross check* data yang melibatkan berbagai pihak di luar sumber data utama, dimana pihak-pihak tersebut dianggap relevan dan terkait dengan subjek penelitian utama.⁵⁷ Maka dari itu, dimaksudkan dalam penelitian ini, peneliti ingin melakukan pengujian data yang didapatkan dari satu sumber dan dibandingkan dengan data dari sumber atau informan lain melalui wawancara kepada 2 informan. Dengan begitu, data yang sudah diambil bisa dilihat kebenarannya apakah sudah sesuai dengan realitas atau tidak.

Tabel 1. 3 Profil Informan Triangulasi

| NO | Nama | Usia | Pekerjaan | Hubungan dengan Informan | Keterangan |
|----|---------|----------|-----------|--------------------------|------------------------|
| 1. | Mas A | 30 tahun | Wirausaha | Anak Bapak A | Informan Triangulasi 1 |
| 2. | Bapak R | 50 tahun | Pedagang | Suami Ibu S | Informan Triangulasi 2 |

(Sumber: Hasil data wawancara penelitian, 2024)

⁵⁶ *Ibid*, hlm. 184.

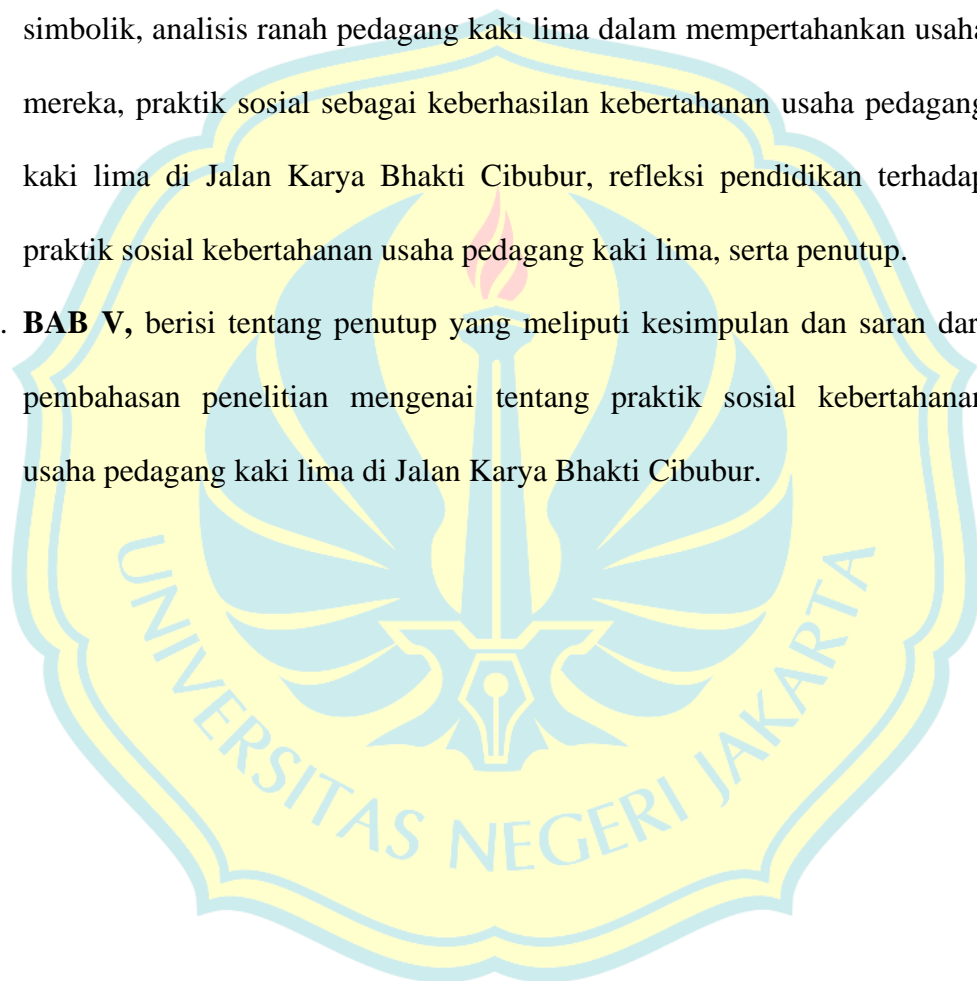
⁵⁷ Kasiyan, 2015, *Kesalahan Implementasi Teknik Triangulasi pada Uji Validitas Data Skripsi Mahasiswa Jurusan Pendidikan Seni Rupa FBS UNY, Jurnal Imaji*, 13(1), hlm. 8.

1.8 Sistematika Penulisan

Di dalam sebuah penelitian, untuk mengetahui dan mempermudah pemahaman secara detail dan rinci isi penelitian secara keseluruhan yang ingin dibahas, maka diperlukan adanya sistematika penulisan. Sistematika penulisan tersebut sebagai berikut:

- a. **BAB I**, berisi tentang pendahuluan penelitian yang meliputi latar belakang penelitian, permasalahan penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan penelitian sejenis, kerangka konseptual, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.
- b. **BAB II**, berisi tentang konteks sosial penelitian yang meliputi pengantar, profil lokasi penelitian yaitu Kota Jakarta Timur, Kelurahan Cibubur, dan Jalan Karya Bhakti Cibubur, situasi usaha yang dimiliki pedagang kaki lima di Jalan Karya Bhakti Cibubur, kebijakan pemerintah terhadap pedagang kaki lima di Jalan Karya Bhakti Cibubur, profil informan kunci, serta penutup.
- c. **BAB III**, berisi tentang praktik sosial kebertahanan usaha pedagang kaki lima di Jalan Karya Bhakti Cibubur yang meliputi pengantar, habitus pedagang kaki lima dalam mempertahankan usaha mereka, kepemilikan modal pedagang kaki lima dalam mempertahankan usaha mereka yaitu modal ekonomi, modal budaya, modal sosial, dan modal simbolik, faktor-faktor dalam keberhasilan praktik sosial yaitu faktor pendukung dan penghambat, serta penutup.

- d. **BAB IV**, berisi tentang praktik sosial sebagai keberhasilan kebertahanan usaha pedagang kaki lima di Jalan Karya Bhakti Cibubur yang meliputi pengantar, analisis habitus pedagang kaki lima dalam mempertahankan usaha mereka, analisis kepemilikan modal dalam mempertahankan usaha mereka yaitu modal ekonomi, modal budaya, modal sosial, dan modal simbolik, analisis ranah pedagang kaki lima dalam mempertahankan usaha mereka, praktik sosial sebagai keberhasilan kebertahanan usaha pedagang kaki lima di Jalan Karya Bhakti Cibubur, refleksi pendidikan terhadap praktik sosial kebertahanan usaha pedagang kaki lima, serta penutup.
- e. **BAB V**, berisi tentang penutup yang meliputi kesimpulan dan saran dari pembahasan penelitian mengenai tentang praktik sosial kebertahanan usaha pedagang kaki lima di Jalan Karya Bhakti Cibubur.



Intelligentia - Dignitas