

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kota merupakan pusat dari segala aktivitas masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Segala bentuk aktivitas manusia seperti bisnis, pendidikan, ekonomi hingga entertainment sebagian besar terpusat di kota. Pusat pemerintahan yang menjadi penggerak utama di sebuah daerah juga biasanya berada kota. Untuk itulah kota menjadi magnet tersendiri bagi masyarakat yang ingin mengejar karir atau mencari pekerjaan guna memenuhi kebutuhan hidupnya dan keluarganya. Provinsi Daerah Khusus Jakarta sebagai sebuah kota besar di Indonesia memiliki segala hal yang dibutuhkan oleh masyarakat. Pusat bisnis, kecantikan, pendidikan hingga hiburan sampai saat ini masih terpusat di Jakarta.

Data Badan Pusat Statistik menunjukkan bahwa pertumbuhan ekonomi di Jakarta pada triwulan pertama tahun 2025 sebesar 4,78 persen (y-on-y).¹ Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Jakarta atas harga dasar mencapai 957,5 Triliun lebih. Jumlah tersebut masih lebih besar dibanding PDRB Jawa Barat di tahun yang sama pada triwulan ke-1 sebesar Rp734,08 Triliun lebih.² Pertumbuhan

¹ Badan Pusat Statistik, (2025), Pertumbuhan Ekonomi (Produk Domestik Regional Bruto) Provinsi DKI Jakarta Triwulan I 2025, <https://jakarta.bps.go.id/id/pressrelease/2025/05/05/1213/pertumbuhan-ekonomi-provinsi-dki-jakarta-triwulan-i-2025.html> (diakses pada tanggal 15 Juli 2025).

² Badan Pusat Statistik, (2025), Ekonomi Jawa Barat triwulan I-2025 terhadap triwulan I-2024 mengalami pertumbuhan sebesar 4,98 persen (y-on-y), <https://jabar.bps.go.id/id/pressrelease/2025/05/05/1205/ekonomi-jawa-barat-triwulan-i-2025--terhadap-triwulan-i-2024-mengalami-pertumbuhan-sebesar-4-98-persen--y-on-y--.html> (diakses pada tanggal 15 Juli 2025).

perekonomian Jakarta sangat besar meskipun hanya memiliki luas wilayah 662,33 km². Oleh karena itulah Jakarta menjadi daya tarik bagi sebagian orang yang ingin mencari peruntungan di Jakarta sebagai pendatang. Arus perpindahan masyarakat menuju Jakarta setiap tahunnya terus mengalami peningkatan. Data Badan Pusat Statistik menunjukkan bahwa setiap tahunnya Jakarta mengalami kenaikan jumlah penduduk yang cukup signifikan. Jumlah penduduk Jakarta pada tahun 2025 diperkirakan mencapai 10,68 juta orang.³ Meskipun tidak semua dari jumlah tersebut berasal dari angka perpindahan penduduk. Hal tersebut tetap menjadi gambaran bahwa Jakarta mengalami pertumbuhan penduduk yang cukup pesat. Sebagai sebuah kota besar, Jakarta menjadi pusat dari berbagai aktivitas masyarakat bukan hanya di Jakarta itu sendiri namun juga di Indonesia. Berbagai macam pekerjaan bisa ditemui di Jakarta.

Data Badan Pusat Statistik menunjukkan bahwa pada tahun 2023 jumlah penduduk yang bekerja di DKI Jakarta sebanyak 5.072.737 yang terdiri dari 3.234.641 jiwa bekerja di sektor formal dan 1.838.096 jiwa sisanya bekerja pada sektor informal.⁴ Sedangkan jumlah angkatan kerja di DKI Jakarta pada Februari 2025 mencapai 5,47 juta orang, naik 41.62 ribu orang dibandingkan Februari 2024.⁵ Dari data tersebut dapat dilihat bahwa sekitar 5 juta jiwa lebih masyarakat bekerja

³ Badan Pusat Statistik, (2025), Provinsi DKI Jakarta dalam Angka, <https://jakarta.bps.go.id/id/publication/2025/02/28/30874e042a98939928603ee5/provinsi-dki-jakarta-dalam-angka-2025.html> (diakses pada tanggal 15 Juli 2025).

⁴ Badan Pusat Statistik, (2024), Jumlah Pekerja Formal dan Informal di Provinsi DKI Jakarta (Jiwa), 2021-2023, <https://jakarta.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTA5MCMY/jumlah-pekerja-formal-dan-informal-di-provinsi-dki-jakarta.html> (diakses pada tanggal 23 Oktober 2024).

⁵ Badan Pusat Statistik, (2025), Keadaan Ketenagakerjaan DKI Jakarta Pada Februari 2025, <https://jakarta.bps.go.id/id/pressrelease/2025/05/05/1214/keadaan-ketenagakerjaan-provinsi-dki-jakarta-februari-2025.html> (diakses pada tanggal 15 Juli 2025).

di Jakarta. Sedangkan 400 ribu jiwa sisanya tidak bekerja atau belum terdata sebagai penduduk yang bekerja. Pekerjaan di sektor informal mengambil 1/3 bagian dari jumlah pekerja di Jakarta, artinya pekerjaan di sektor informal menjadi pekerjaan yang cukup diminati dan menjanjikan. Cukup banyaknya pekerja di sektor informal juga merupakan dari ketidakmampuan sektor formal untuk menampung kelebihan tenaga kerja.⁶ Disisi lain, lapangan pekerjaan di Jakarta memiliki beberapa persyaratan yang terkadang tidak dapat dipenuhi oleh masyarakat seperti latar belakang pendidikan. Oleh karena itulah, sektor informal menjadi jalan bagi masyarakat yang menganggur di Jakarta karna kemudahan dalam bekerja.

Salah satu pekerjaan di sektor informal di Jakarta yang saat ini sedang marak yaitu pedagang kopi keliling. Berjualan kopi menjadi pekerjaan yang banyak di gemari oleh masyarakat disebabkan karna kemudahan dalam bekerja. Mereka yang bekerja hanya memerlukan modal yang cukup dan kendaraan serta lokasi yang strategis. Namun, berdagang di tengah kota bukan suatu hal yang mudah untuk di lakukan. Para pedagang harus menyesuaikan diri dengan perubahan bentuk kota dan berbagai macam kebijakannya. Seperti pedagang kopi di sekitar Kampung Starling yang berjualan minuman dengan menggunakan sepeda. Para pedagang tersebut dijuluki dengan *Starling* karna menjajakan dagangannya yang sebagian besar adalah minuman seperti kopi dan nutrisari. Penggunaan sepeda sebagai alat berdagang merupakan penyesuaian mereka dalam mensiasati kebijakan pemerintah yang melarang setiap masyarakat berdagang di sepanjang jalan. Sesuai dengan

⁶ Tadjuddin Noer Effendi, (1988), Kesempatan Kerja Sektor Informal di Daerah Perkotaan, Indonesia (Analisis Pertumbuhan dan Peranannya), *Majalah Geografi Indonesia*, 1(2), hlm. 1-10.

Peraturan Menteri Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat Nomor 03/PRT/M/2014 Tahun 2014 tentang Pedoman Perencanaan, Penyediaan, Dan Pemanfaatan Prasarana Dan Sarana Jaringan Pejalan Kaki Di Kawasan Perkotaan, bahwa penggunaan trotoar sebagai area berdagang minimal selebar 5m⁷. Aturan tersebut menjelaskan bahwa berdagang hanya bisa dilakukan di area trotoar bila lebar trotoar 5m. Para pedagang kopi yang tidak dapat berjualan di sepanjang trotoar harus mencari cara lain untuk bertahan hidup. Untuk menyesuaikan diri dengan kebijakan kota yang ada, penjualan dengan sepeda menjadi pilihan alternatif.

Gambar 1. 1 Penjual Kopi *Starling* di Halte



(Sumber: Dokumentasi Peneliti 2025)

Dari penjelasan di atas, peneliti melihat bahwa ada sebuah fenomena menarik yang terjadi kepada mereka yang berdagang sebagai pedagang kopi. Mengapa berdagang kopi sangat diminati? Mengapa sampai ada hingga ribuan pedagang kopi yang berjualan hingga membentuk sebuah komunitas lingkungan tersendiri? Apakah pembentukan lingkungan tersebut menjadi salah satu bentuk

⁷ Kementrian PUPR, (2014).

strategi nafkah yang dijalankan oleh mereka? Maka dari itu untuk menjawab semua pertanyaan itu, penelitian ini dibuat agar dapat melihat bagaimana pekerjaan pedagang kopi di sektor informal begitu kompleks dan berperan penting terhadap suatu kelompok sebagai alat utama menjaga keberfungsian keluarga.

1.2 Permasalahan Penelitian

Sebagai sebuah pekerjaan di sektor informal yang sedang marak, berdagang kopi dapat kita temui di setiap sudut kota Jakarta. Mereka menjual dagangannya dengan berbagai macam bentuk, ada yang menggunakan sepeda, motor hingga menetap dan menyediakan alas duduk bagi pembelinya. Berkembangnya pedagang kopi keliling yang kian banyak nyatanya tidak merubah status pedagang kopi tersebut sebagai pedagang ilegal. Lokasi berjualan yang tidak memiliki izin hingga menimbulkan citra kumuh menjadi faktor mengapa berdagang kopi keliling sering di razia oleh petugas pemda seperti Satpol PP. Namun, saat ini pedagang kopi terus berinovasi, beberapa tahun yang lalu, berdagang kopi dilakukan dengan menetap di suatu tempat atau menjajakan dagangannya dengan keranjang pikul.

Saat ini, usaha berdagang kopi telah berkembang dimana para pedagangnya kebanyakan menggunakan kendaraan seperti sepeda atau motor. Penggunaan sepeda atau motor sebagai alat berdagang memiliki keunggulan mudah dalam mobilisasi barang dagangan, dapat memuat barang dagangan lebih banyak serta dapat dengan mudah pergi secepat mungkin bila ada petugas pemerintah daerah yang biasa melakukan razia pedagang liar. Saat ini jumlah pedagang kopi yang ada di DKI Jakarta belum di ketahui secara pasti, namun dapat dipastikan bahwa di setiap daerah di Jakarta terdapat pedagang kopi dengan berbagai model

dagangannya. Salah satu daerah yang terkenal dengan usaha berdagang kopinya berada di wilayah Jakarta Pusat. Jakarta Pusat terkenal dengan pedagang kopinya yang berjualan dengan sepeda atau mereka sering dipanggil dengan julukan Starbuck Keliling (Starling). Para pedagang Starling tersebut bukan hanya menjual kopi saja namun berbagai jenis minuman dingin dan cemilan . Pedagang kopi jalanan, juga dikenal dengan nama Starling, menjadi bisnis bagi sekelompok kecil orang. Para pedagang kopi ini biasanya berasal dari masyarakat desa yang pindah ke kota untuk mencari kehidupan yang lebih baik di kota. Sebagian besar orang yang tinggal di Kampung Starling, Kwitang ini adalah orang Madura yang pindah ke Jakarta. Beberapa orang kesulitan beradaptasi dengan pekerjaan formal karena dinamika kehidupan perkotaan sangat berbeda dari desa.

Tantangan tersendiri bagi seorang kepala keluarga dalam berdagang kopi sebagai cara untuk menafkahi keluarga di tengah kehidupan kota yang begitu dinamis. Mereka bertanggung jawab untuk menjaga kelangsungan hidup dan eksistensi keluarganya yang telah tinggal di Jakarta. Sebagai sebuah pekerjaan informal yang sedang marak, maka menarik bila di cari tahu apa yang menjadi dasar berdagang kopi keliling menjadi pilihan hidup dan strategi seseorang dalam mencari nafkah. Jumlah pedagag kopi yang sangat banyak di daerah Jakarta Pusat serta adanya Kampung Starling menjadi alasan mengapa riset ini dilakukan. Maka perlu adanya rumusan masalah yang menjadi dasar dalam menjawab fenomena maraknya pedagang kopi keliling yang sering disebut dengan Starling di daerah Jakarta Pusat, khususnya Kampung Starling, Kwitang. Untuk menjawab fenomena

tersebut, maka dibuatlah pertanyaan-pertanyaan berikut sebagai acuan dalam menjawab fenomena yang ada:

1. Apa yang melatar belakangi berdagang kopi keliling sebagai sebuah pekerjaan?
2. Bagaimana strategi nafkah pedagang kopi keliling dalam mencari pendapatan keluarga?
3. Apa faktor pendukung dan kendala dalam melakukan strategi nafkah pada pedagang kopi keliling?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mendeskripsikan penyebab mengapa berdagang kopi keliling menjadi sebuah pekerjaan di tengah perubahan bentuk kota yang dinamis.
2. Menjelaskan strategi nafkah yang pilih oleh pedagang kopi keliling dalam mencari pendapatan keluarga.
3. Mendeskripsikan faktor pendukung dan kendala dalam melakukan strategi nafkah pada pedagang kopi keliling.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan wawasan bagi Perkembangan bidang sosiologi khususnya sosiologi keluarga. Dengan memanfaatkan konsep Livelihood Strategy Scoones, penelitian ini dapat memberikan wawasan untuk memahami konsep strategi bertahan hidup dan bagaimana tujuan penghidupan dapat tercapai. Hasil penelitian ini juga diharapkan

dapat digunakan untuk menjaga keberlangsungan fungsi keluarga di tengah perubahan kota yang semakin dinamis.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat nyata dalam jangka pendek. Menjaga keberlangsungan fungsi di dalam keluarga dalam sebuah keluarga yang menggantungkan kehidupan di pekerjaan informal. Mendorong individu dalam masyarakat untuk mempersiapkan kesejahteraan ekonomi yang memadai sejak awal sebelum memulai sebuah keluarga.

1.5 Tinjauan Penelitian Sejenis

Untuk mendukung penelitian saya, peneliti menggunakan beberapa bahan pustaka yang berkaitan dengan subjek dan objek penelitian, yaitu Strategi Nafkah Pedagang kopi keliling. Berikut adalah beberapa tinjauan literatur dari penelitian sebelumnya yang dianggap membantu proses penelitian ini.

Pertama di ditulis oleh Tuwis Hariyani dengan metode penelitian yang dipilih yaitu deskriptif kualitatif. Penelitian dilakukan pada pedagang kaki lima yang bermukim di Lapangan Desa Karangrejo. Fokus pada artikel ini yaitu 1). Mendeskripsikan kondisi Pedagang Kaki Lima akibat pandemi Covid-19 yang ada di Lapangan Desa Karangrejo, 2). Mendeskripsikan dan menganalisis strategi Pedagang Kaki Lima di Lapangan Desa Karangrejo dalam mempertahankan usahanya di tengah pandemi Covid-19.

Pedagang Kaki Lima adalah pedagang yang melakukan kegiatan usaha dagang secara perorangan atau berkelompok dengan menggunakan fasilitas umum

seperti terotoar, pinggir-pinggir jalan umum, dan lain sebagainya.⁸ Bentuk sarana dagang yang digunakan PKL pada umumnya sangat sederhana dan biasanya mudah untuk dipindah dari satu tempat ke tempat lainnya dan biasanya sesuai dengan jenis dagangan yang dijual. Menurut Miranti (2012: 4) bentuk sarana dagang yang digunakan pedagang kaki lima dapat dikelompokkan sebagai berikut: 1) Gerobak/kereta dorong, 2) Pikulan/keranjang, 3) Warung semi permanen.⁹

Ketika kasus COVID-19 meningkat, terutama di Indonesia, itu berdampak pada kehidupan banyak orang dalam berbagai aspek, termasuk kesehatan, pendidikan, dan ekonomi. Jumlah kasus yang terus meningkat membuat laju bisnis juga melambat. Ditambah lagi, dalam situasi masyarakat saat ini, orang-orang berusaha untuk mengurangi penyebaran virus corona dengan mengurangi aktivitas di luar rumah seperti liburan dan berbelanja. Dengan keadaan saat ini, ekonomi melambat, pasar mulai lesu, dan penjualan juga turun. Meskipun pemerintah telah memberikan stimulus dan bantuan untuk membantu mendongkrak kondisi ekonomi yang melemah dan mempertahankan daya beli, terutama bagi UMKM, para pelaku usaha harus jelas tentang apa yang mereka lakukan untuk tetap bergerak maju dalam situasi saat ini. Dengan segala keterbatasan, para Pedagang Kaki Lima terus berjuang untuk bertahan hidup di tengah pandemi COVID-19, terutama untuk mempertahankan bisnis mereka. Sejauh yang kita ketahui, sebagian besar masyarakat di negara ini tidak dapat terserap ke sektor pekerjaan formal karena

⁸ Tuwis Hariyani, 2021, "Strategi Pedagang Kaki Lima Dalam Mempertahankan Usaha Di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Pada Pkl Di Lapangan Desa Karangrejo Kecamatan Kandat Kabupaten Kediri)", *Jurnal Ekonomi Bisnis Ekuivalensi*, Vol. 7, No. 1, Hlm. 151.

⁹ *Ibid*, Hlm. 152.

berbagai keterbatasan yang melekat pada mereka, seperti rendahnya pendidikan dan kurangnya akses ke informasi.

Pedagang Kaki Lima yang berlokasi di Lapangan Desa Karangrejo disambut baik oleh masyarakat, terutama masyarakat Desa Karangrejo dan pemerintah desa setempat. Karena keberadaannya menawarkan banyak keuntungan, terutama dalam hal ketersediaan makanan dan minuman yang murah dan sarana untuk mengunjungi makanan desa. Mereka biasanya berjualan dengan menggunakan perangkat yang dapat dipindahkan atau dibongkar pasang, seperti gerobak dorong dan warung semi permanen. Dengan demikian, mereka dapat membongkar dan membawa kembali perangkat yang mereka gunakan saat mereka selesai berjualan. Mereka biasanya berjualan dari siang hingga malam. Namun, pada awal pandemi Covid-19 tahun kemarin, ketika sosial distancing diberlakukan, para pedagang kaki lima di Lapangan Desa Karangrejo sangat kesulitan. Mereka tidak dapat berjualan karena pemerintah desa telah melarang dan menutup toko mereka untuk waktu yang lama. Hal ini secara otomatis berdampak pak pak pada pendapatan para PKL yang tidak mendapatkan pemasukan sama sekali. Setelah toko dibuka kembali, beberapa PKL mulai berjualan lebih lambat, tetapi tidak semua karena banyak dari mereka pesimis tentang hasil penjualan mereka. karena masyarakat cenderung menghindari keluar rumah secara teratur untuk tujuan yang tidak penting, terutama di tempat yang ramai.

Hasil penelitian menunjukkan masyarakat, terutama masyarakat Desa Karangrejo dan pemerintah desa setempat, menyambut baik kedatangan Pedagang Kaki Lima di Lapangan Desa Karangrejo. Karena keberadaannya menawarkan

banyak keuntungan, terutama dalam hal ketersediaan makanan dan minuman yang murah dan sarana untuk mengunjungi makanan desa. Mereka biasanya berjualan dengan menggunakan peralatan atau sarana yang dapat diangkut atau dibongkar pasang, seperti gerobak dorong dan warung semi permanen. Karena itu, setelah mereka menyelesaikan penjualan, mereka mengambil barang-barang yang mereka gunakan untuk menjual.

Mereka biasanya berjualan dari siang hingga malam. Pada pagi hari, biasanya mereka masih menyiapkan atau mengolah barang dagangan mereka. Namun, pada awal pandemi Covid-19 tahun kemarin, ketika sosial distancing diberlakukan, para pedagang kaki lima di Lapangan Desa Karangrejo sangat kesulitan. Mereka tidak dapat berjualan karena pemerintah desa telah melarang dan menutup toko mereka untuk waktu yang lama. Hal ini secara otomatis berdampak pada pendapatan para PKL yang tidak mendapatkan pemasukan sama sekali. Setelah toko dibuka kembali, beberapa PKL mulai berjualan lebih lambat, tetapi tidak semua karena banyak dari mereka pesimis tentang hasil penjualan mereka. karena orang sering membatasi diri untuk keluar dari rumah jika tidak penting, terutama ke tempat yang ramai. Strategi yang digunakan oleh para pedagang dalam mengatasi hal tersebut yaitu memperluas pasar dengan go-Online dan melakukan kerjasama promosi dengan pelaku usaha lain agar dapat tetap bertahan di tengah krisis Covid-19. Meskipun begitu, mereka masih memiliki kendala karna ketidak mengertiannya dalam penggunaan teknologi untuk berjualan.

Kesimpulan dari artikel tersebut yaitu Pedagang Kaki Lima di Lapangan Desa Karangrejo mengalami penurunan pendapatan yang signifikan karena

pandemi COVID-19. Namun, mereka berhasil kit dan mempertahankan usahanya meskipun pendapatan mereka tidak bisa kembali seperti sebelum pandemi. Selain itu, beberapa PKL tidak memiliki kemampuan untuk beradaptasi dengan kondisi saat ini karena mereka kekurangan pengetahuan dan keterampilan, terutama dalam hal menggunakan IPTEK. Kelebihan dari artikel ini yaitu penjelasannya yang mudah dimengerti dan gambaran mengenai lokasi serta keadaan para pedagang yang dapat dibayangkan. Sedangkan kekurangan dari artikel ini yaitu penjelasan dasar mengenai strategi berdagang serta saran yang diberikan kurang merinci. Relevansi antara penelitian saya dengan artikel ini yaitu sama-sama membahas mengenai pedagang kaki lima (PKL).

Kedua ditulis oleh Elisastra Kurniawan dan Harries Madiistriyatno dengan menggunakan studi kasus secara ciri – ciri umumnya yang lebih mengkaji perihal keunikan pada suatu kasus yang menjadi kekuatan bagi peneliti untuk menunjang metodologi penelitian yang dimana studi kasus memiliki dimensi yang membahas tentang How dan Why pada keunikan kasus yang dikaji oleh peneliti. Hasil penelitian ditemukan bahwa Strategi Pemasaran sangat dibutuhkan untuk menarik minat konsumen.

Dalam era ekonomi yang dikenal sebagai "globalisasi", mekanisme pasar mulai masuk ke dalam kehidupan ekonomi, menyebabkan perubahan dan kemajuan dalam berbagai sektor perekonomian di seluruh dunia, yang menghasilkan struktur persaingan dalam aktivitas dan transaksi ekonomi. Salah satu negara berkembang yang merasakan dampak transformasi adalah Indonesia. Secara teori, diharapkan bahwa penerapan struktur persaingan akan lebih efisien, memungkinkan para pelaku bisnis

untuk memiliki keinginan untuk memenangkan persaingan. Jika mereka ingin mempertahankan usahanya dari persaingan bisnis, bisnis harus selalu mempertimbangkan cara yang hemat dan efisien. Salah satu sektor ekonomi yang terkena dampak Perkembangan ekonomi adalah industri, yang biasanya penuh dengan persaingan. Para pengusaha menghadapi persaingan secara horizontal dan vertikal. Misalnya, pengusaha perlu bersaing dengan produk yang lebih baru dan atau produk substitusi yang dibuat oleh pesaing mereka. Termasuk persaingan antara pedagang kopi keliling di kota-kota besar. Pedagang kopi keliling harus mampu bertahan dan bersaing dengan pedagang kopi keliling lainnya yang semakin ketat. Strategi bersaing yang tepat adalah cara terbaik untuk bertahan dan bahkan memenangkan persaingan. Dalam persaingan yang ketat, pemasar dapat menggunakan strategi pemasaran yang tepat, yang merupakan rencana jangka panjang yang digunakan oleh pemasar untuk memenangkan pasar dan memperoleh keunggulan atas setiap penjual kopi di sekitarnya.¹⁰

Di Indonesia, budaya minum kopi sangat disukai. Ini dapat dilihat dari makin banyaknya tempat atau warung kopi seperti di jabodetabek dan sekitarnya. Menurut Rhenald Kasali (dalam Putri & Suasana, 2018), Gerald R. Miller mengatakan bahwa komunikasi terjadi ketika sumber menyampaikan pesan kepada penerima dengan maksud untuk mempengaruhi perilaku penerima.¹¹ Sementara Mary B. Cassata dan Molefi K. Asante mengatakan bahwa komunikasi adalah tranmisi informasi dengan tujuan mempengaruhi khalayak. Menurut Kotler dan

¹⁰ Elisastra Kurniawan, Harries Madiistriyatno, 2023, "Strategi Pemasaran Kopi Stralink (Kopi Keliling) Di Wilayah Jabodetabek Menghadapi Persaingan Di Era Globalisasi", *Jurnal Cahaya Mandalika*, Vol. 3, No.2, Hlm.13-51.

¹¹ *Ibid.*

Keller, manajemen pemasaran adalah analisis, perencanaan, pelaksanaan, dan kontrol program terhadap konsumen yang dituju untuk memperoleh keuntungan peribadi.

Kesimpulan dari artikel tersebut yaitu ada beberapa strategi pemasaran yang digunakan pedagang kopi di seluruh wilayah jabodetabek, berdasarkan diskusi yang telah dibahas dalam penelitian ini. Dengan mempertimbangkan semua diskusi yang telah dibahas, dapat disimpulkan bahwa pedagang kopi keliling menggunakan strategi pemasaran yang mencari tempat keramaian dan perkantoran. Target pasarnya terdiri dari masyarakat umum dari kalangan muda hingga tua. Pedagang kopi di sekitar ini juga sangat dibutuhkan oleh masyarakat umum untuk hadir saat bersantai dan bersantai. Kekurangan dari artikel ini adalah konseptualisasi yang dijelaskan sangat minim, selain itu tidak adanya saran. Kelebihanannya adalah bahasa yang digunakan mudah di pahami. Saran kedepannya adalah agar penelitian sejenis memperdalam bagian konseptualisasinya. Relevansi dengan penelitian saya adalah bahwa penelitian ini sama-sama membahas mengenai pedagang kopi.

Ketiga ditulis oleh Alvina Rahma Anggraeni dan Euis Soliha menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel *Non-Random Sampling*. Teknik pengambilan sampel ini menggunakan teknik Purposive Sampling, dengan kriteria sebagai berikut: konsumen atau pelanggan yang berusia minimal 17 tahun, konsumen atau pelanggan yang sudah pernah mengkonsumsi produk Kopi Lain Hati Lamper Semarang dan sudah pernah berkunjung di Kopi Lain Hati Lamper Semarang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reabilitas. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis

regresi linier berganda yang bertujuan untuk menguji variabel kualitas produk, citra merek, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh, citra merek, dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Usaha kafe atau kedai kopi merupakan salah satu usaha yang sedang diminati oleh banyak pelaku usaha yang ada di Semarang. Hal ini ditandai dengan menjamurnya coffe shop di seluruh sudut kota Semarang. Banyaknya *coffeshop* yang bermunculan mengakibatkan para pemilik usaha berupaya untuk memenangkan persaingan. Oleh sebab itu, pengusaha coffe shop dituntut untuk memiliki kreativitas dalam menciptakan produk, rasa minuman hasil jualan coffe shop lainya dan dapat bertahan dalam persaingan. Perusahaan dalam menjalankan kegiatan usaha agar dapat bertahan, maka penting untuk diperhatikan orientasi pada konsumen, yaitu menyangkut apa yang harus dilakukan perusahaan untuk dapat menemukan pelangganya dan untuk meyakinkan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Pada variabel keputusan pembelian, konsumen selalu mempertimkan faktor-faktor yang ada seperti kualitas produk, persepsi harga, dan citra merek yang didapatkan.¹² Namun, hal penting yang harus dipahami oleh organisasi bisnis bahwa setiap konsumen memiliki perilaku yang berbeda sehingga belum tentu semua faktor-faktor tersebut akan mempengaruhinya dalam membuat suatu keputusan pembelian pada suatu bisnis. Konsumen bisa saja hanya dipengaruhi oleh satu variabel, dua variabel atau bahkan dipengaruhi oleh semua

¹² Alvina Rahma Anggraeni Dan Euis Soliha, 2020, "Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang), Al Tijarah, Vol.6, No.3, Hlm. 97.

variabel tersebut, oleh karena itu organisasi bisnis harus memiliki pengetahuan mengenai variabel apa saja yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membuat keputusan pembelian dan juga variabel yang paling dominan diantara ketiga variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian sehingga organisasi bisnis dapat membuat kebijakan dan strategi yang efektif dengan kombinasi bauran pemasaran yang paling sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.¹³

Kualitas produk memiliki arti penting, inti pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan yang bertujuan untuk mengimani harapan pelanggan. Kualitas produk memiliki suatu ketertarikan bagi konsumen dalam mengelola hubungan yang baik dengan perusahaan penyedia produk. Adanya hubungan timbal balik antara perusahaan dengan konsumen akan memberikan peluang untuk mengetahui dan memenuhi apa yang menjadi kebutuhan dan harapan upaya meningkatkan keputusan pembelian.

Kesimpulan dari artikel ini yaitu, Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Semakin baik Kualitas Produk, maka Keputusan Pembelian semakin meningkat. Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Semakin baik Citra Merek, maka Keputusan Pembelian semakin meningkat. Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Semakin baik persepsi harga, maka Keputusan Pembelian semakin meningkat. Kekurangan artikel ini yaitu variabel independent yang digunakan dalam penelitian ini hanya terdiri dari tiga variabel yaitu Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga. Hasil koefisien determinasi

¹³ *Ibid.*

(Adjusted R²) menunjukkan angka sebesar 0,579 artinya variabel independent yang digunakan dalam penelitian ini hanya menjelaskan sebesar 57,9% sisanya 42,1% dijelaskan oleh variabel lainnya. Kelebihan dari penelitian ini yaitu pembahasan yang di paparkan jelas dan runtun serta mendalam. Relevansi antara penelitian saya dengan artikel ini yaitu sama-sama membahas mengenai kopi khususnya konsumen kopi.

Keempat ditulis oleh Ivan Litvaj, Mário Drbúland Miloslav Bužek dengan menggunakan model kualitatif dan metode analisis dilakukan di masa lalu di Republik Slowakia dan di perusahaan kecil dan menengah Slowakia di bidang keberlanjutan. Bidang penting kedua yang dibahas dalam artikel ini adalah kualitas produk. Kualitas produk dianggap sebagai kebutuhan di pasar saat ini, hal yang wajar dalam ekonomi pasar global saat ini karena merupakan salah satu parameter penentu produk. Pada saat yang sama, manajemen kualitas hanyalah sarana untuk mencapai tujuan, dan tujuan tersebut adalah produk berkualitas bagi pelanggan yang memenuhi persyaratannya. Selain itu, produk berkualitas juga harus memenuhi persyaratan pemangku kepentingan lainnya, seperti undang-undang. Penerapan manajemen mutu secara praktis dan fungsional dalam praktik, perusahaan, dan organisasi dilaksanakan sesuai dengan pendekatan, prinsip, standar, prinsip, dan metode dasar tertentu yang telah terbukti. Usaha kecil dan menengah merupakan bagian penting dari setiap perekonomian nasional; mereka membentuk "tulang punggung" perekonomian nasional. Karena pentingnya mereka, mereka tetap perlu diperhatikan, jadi kami fokus pada jenis-jenis usaha ini dalam beberapa topik.

UKM merupakan kunci bagi ekonomi nasional mana pun, karena UKM merupakan lebih dari 90% dari semua bisnis dalam ekonomi nasional, sehingga bisnis ini perlu diberi perhatian yang semestinya dan terus-menerus.¹⁴ Yang kami maksud dengan produk berkualitas adalah produk yang memenuhi persyaratan pelanggan dan pihak berkepentingan lainnya (peraturan perundang-undangan dan standar). Oleh karena itu, produk berkualitas tinggi adalah produk yang memenuhi semua persyaratan perundang-undangan dan terkait dengan persyaratan keberlanjutan dan perlindungan lingkungan. Area ketiga yang lebih kecil yang kami bahas dalam artikel ini karena topiknya adalah keadaan terkini, tren, dan perubahan dalam ekonomi global. Pemunan berkelanjutan dan keberlanjutan menjadi fokus makalah ini. Berdasarkan kemajuan saat ini dan jangka panjang, prospek masa depan bagi umat manusia masih bermasalah dan sangat kontradiktif. Masa depan umat manusia penuh dengan risiko dan ketidakpastian baik dalam ranah ekonomi maupun sosial. Sebuah pernyataan seperti itu disebabkan oleh fakta bahwa masalah besar dan tantangan besar masyarakat kita semakin meningkat. Oleh karena itu, sangat penting bagi bisnis untuk mengoptimalkan semua proses dan inisiatif mereka untuk mendukung sustainability. Selain itu, pemerintah dan semua organisasi sosial penting di setiap negara harus bekerja sama untuk mengemkan dan mengintegrasikan tiga pilar utama sustainable development: ekonomi, sosial, dan environmental.

¹⁴ Ivan Litvaj, Mário Drbúland, Miloslav Bužek, 2023, "Sustainability In Small And Medium Enterprises, Sustainable Development In The Slovak Republic, And Sustainability And Quality Management In Small And Medium Enterprises", *Sustainability*, Vol.15, No.4, Hlm.2.

Kesimpulan dari artikel ini adalah, bawah perusahaan kecil memiliki beberapa kelemahan dibandingkan dengan perusahaan besar dan menengah, misalnya, fungsi kumulatif yang diperlukan dan sumber daya yang lebih sedikit (finansial, informasi). Kelemahan ini juga tercermin dalam manajemen mutu dalam bisnis kecil. Makalah ini juga membahas secara singkat manajemen saat ini dan menggambarkan karakteristik serta perubahannya di abad ke-21. Dalam makalah ini, kami membahas perubahan terpilih di pasar dan persyaratan penting bagi perusahaan saat ini. Perusahaan kecil dan menengah merupakan bagian penting dari setiap ekonomi nasional. Karena pentingnya mereka, maka perlu untuk memberikan perhatian yang semestinya kepada mereka, jadi kami membahas jenis-jenis perusahaan ini dalam topik kami dalam beberapa topik dan bidang

Kekurangan artikel ini adalah tidak adanya saran yang diberikan bagi peneliti berikutnya yang ingin mengangkat topik yang sama. Kelebihan dari artikel ini adalah setiap penjelasan yang diberikan sangat lengkap bahkan disertai visualisasi data sehingga membantu pemahaman bagi pembacanya. Relevansi antara penelitian saya dengan artikel ini yaitu sama-sama membahas mengenai keberlanjutan UKM namun pada penelitian ini dilakukan di negara Slovakia.

Kelima ditulis oleh Evi Susanti, Rita Yuni Mulyanti and Lela Nurlaela Wati menggunakan penelitian kualitatif dengan model persamaan struktural (SEM) dalam menganalisis data. Studi ini bertujuan untuk menguji bagaimana keunggulan kompetitif memediasi dampak transformasi digital dan inovasi terhadap kinerja UMKM milik perempuan. Sampel sebanyak 246 UMKM di Indonesia yang dijalankan oleh perempuan digunakan dalam studi ini. Inovasi dan keunggulan

kompetitif dapat meningkatkan kinerja UMKM perempuan dan memainkan peran mediasi dalam transformasi digital UMKM perempuan di Indonesia. Temuan studi ini juga mengonfirmasi dan memperluas pernyataan RBV tentang pentingnya inovasi dalam menentukan keunggulan kompetitif UMKM perempuan. Bukti empiris ini dapat menjadi dasar bagi upaya pemerintah untuk mendorong digitalisasi dan inovasi UMKM perempuan. Penelitian yang membahas tentang keunggulan kompetitif perempuan UMKM terhadap kinerja, transformasi digital, dan inovasi yang masih terbatas, penelitian ini menawarkan model kinerja perempuan UMKM di negara berkem.

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dipandang sebagai kekuatan utama di balik ekonomi yang mapan dan berkem karena peran mereka dalam membina kohesi sosial, berinovasi, dan menciptakan lapangan kerja.¹⁵ UMKM memainkan peran penting dalam pemunan ekonomi Indonesia dan merupakan tulang punggung perekonomian negara, sebagaimana dibuktikan oleh kontribusinya dalam meningkatkan Produk Domestik Bruto (PDB). Pada tahun 2021, Indonesia akan memiliki 65,47 juta UMKM, menurut data dari Konferensi Perserikatan sa-sa tentang Perdagangan dan Pemunan (UNCTAD) dan Sekretariat ASEAN. UMKM berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto sebesar 60,3% dan 14,4% dari ekspor nasional. UMKM di Indonesia juga merupakan yang tertinggi jumlahnya di Asia Tenggara dan mencakup 97% dari total tenaga kerja secara nasional (DataIndonesia.id, 2021).

¹⁵ Evi Susanti, Rita Yuni Mulyanti And Lela Nurlaela Wati, 2023, Msmes Performance And Competitive Advantage: Evidence From Women's Msmes In Indonesia, *Cogent Business & Managemen*, Vol. 10, No.2, Hlm. 2.

Agar bisnis menjadi menguntungkan dan kompetitif, pemasaran dan inovasi sangat penting (Song et al., 2005). García-Morales et al. (2007) menemukan bahwa inovasi yang efektif dapat membuat imitasi eksternal lebih menantang dan membantu bisnis mempertahankan keunggulan kompetitifnya dengan lebih baik. Dengan demikian, kinerja dan keunggulan kompetitif dapat dipengaruhi oleh.¹⁶ Beberapa peneliti mengungkapkan bahwa inovasi sepenuhnya menjembatani kesenjangan antara keunggulan kompetitif dan eksperimen model bisnis. Namun, meskipun memiliki dampak langsung pada kinerja, keunggulan kompetitif terbukti memainkan peran mediasi yang minimal. Semua hubungan langsung penting, tetapi dalam mediasi sekuensial, efek mediasi hanya sebagian lebih besar daripada hubungan langsung (Khan et al., 2021). Namun, bisnis kecil dan menengah biasanya tidak menerapkan eksperimen model bisnis di negara berkem. Akibatnya, penelitian ini akan meneliti bagaimana inovasi dan keunggulan kompetitif secara berurutan memediasi kinerja UMKM milik perempuan. Penelitian saat ini telah memutuskan untuk berkontribusi pada kesenjangan pengetahuan dan literatur dalam memperkenalkan peran inovasi dan keunggulan kompetitif untuk memediasi hubungan transformasi digital dengan kinerja UMKM yang dikelola perempuan.

Kesimpulan dari artikel ini yaitu terdapat beberapa temuan penting dalam penelitian ini. Pertama, transformasi digital meningkatkan inovasi UMKM perempuan. Kedua, transformasi meningkatkan keunggulan kompetitif UMKM perempuan. Ketiga, transformasi digital tidak dapat meningkatkan kinerja UMKM perempuan. Keempat, inovasi dapat meningkatkan keunggulan kompetitif. Kelima,

¹⁶ *Ibid*, Hlm. 9.

inovasi dapat meningkatkan kinerja UMKM perempuan. Keenam, keunggulan kompetitif dapat meningkatkan kinerja UMKM perempuan. Ketujuh, inovasi dapat menjadi mediator pengaruh transformasi digital terhadap peningkatan keunggulan kompetitif dan kinerja UMKM perempuan. Kedelapan, keunggulan kompetitif dapat memediasi dampak transformasi digital terhadap kinerja UMKM perempuan, keunggulan kompetitif juga dapat memediasi dampak inovasi terhadap kinerja UMKM. Kesembilan, transformasi digital tidak dapat meningkatkan kinerja UMKM perempuan tetapi harus dimediasi oleh inovasi dan keunggulan kompetitif. Hasil penelitian memperdalam dan memperluas *Resource-Based View* (RBV) dengan penerapan transformasi digital dan peran inovasi dalam menghasilkan produk dan layanan yang unik dan berkualitas tinggi. Sehingga memiliki daya saing tinggi dan berdampak pada peningkatan kinerja UMKM yang dikelola perempuan.

Kekurangan dari artikel ini yaitu penelitiannya hanya dilakukan di tiga kota yaitu Bandung, Jakarta dan Bogor. Kelebihan dari penelitian ini yaitu menjelaskan mengenai kekurangan yang terdapat pada penelitian sehingga bisa menjadi acuan dalam penelitian berikutnya. Relevansi penelitian saya dengan artikel ini yaitu sama-sama membahas mengenai UMKM namun dari sudut pandang perempuan.

Keenam ditulis oleh Kambiz Talebi, Ardalan Tanbakouchian, Ali Bozorgi Amiri menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis deskriptif. Artikel ini bertujuan untuk mengidentifikasi indikator teori perilaku terencana yang umum di kalangan pengusaha sukses sebagai panutan untuk membantu pertumbuhan usaha kecil dan menengah. Temuan penelitian menunjukkan bahwa

mengidentifikasi keunggulan kompetitif, dewan direksi yang memiliki banyak keterampilan dan kom, produk berkualitas, memprioritaskan kepuasan pelanggan, dan pelatihan yang tepat merupakan komponen kunci yang berkontribusi terhadap keberhasilan dan pertumbuhan organisasi.

Pertumbuhan merupakan konsep dan proses yang kompleks. Dapat dikatakan, isu paling signifikan yang dihadapi UKM (usaha kecil dan menengah) dalam pekerjaan mereka adalah mengemkan bisnis dan memun kehadiran yang kuat di pasar yang kompetitif. *Theory Of Planened and Behavior* (TPB) diperkenalkan oleh Ajzen (1985) sebagai sarana untuk menjelaskan atau memprediksi pola perilaku manusia. Menurut Ajzen dan Fishbein (1980), ada dua jenis utama sikap secara keseluruhan: sikap terhadap objek dan sikap terhadap perilaku. Model TRA (*Theory Of Reasoned Action*) didasarkan pada psikologi sosial perilaku manusia.¹⁷ Norma subjektif mengacu pada serangkaian keyakinan yang dianggap orang sebagai penentu dan menentukan apakah mereka harus atau tidak melakukan suatu perilaku menurut persepsi mereka tentang apa yang dipikirkan orang terdekat mereka. Selain itu, kontrol perilaku yang dirasakan (PBC) mengacu pada persepsi individu sendiri tentang kemudahan atau kesulitan melakukan suatu perilaku (Chang 1998).

Pentingnya industri tenaga listrik bagi pertumbuhan ekonomi Iran dan ketergantungan semua industri terhadap tenaga listrik yang terus meningkat tidak

¹⁷ Kambiz Talebi, Ardalan Tanbakouchian, Ali Bozorgi Amiri, 2023, " Identifying The Indicators Of The Theory Of Planned Behavior In Successful Entrepreneurs Of Small And Medium-Sized Enterprises", *Iranian Journal Of Management Studies*, Vol.13, No.3, Hlm. 442.

terbantahkan (Pusat Statistik Iran, 2002-2006).¹⁸ Atas dasar ini, para manajer sukses yang, meskipun mengalami perang selama delapan tahun dan sanksi baru-baru ini, masih berhasil menjaga industri tenaga listrik negara itu dalam kondisi yang sangat baik dianggap sebagai faktor dalam penelitian ini. Oleh karena itu, penelitian ini merupakan upaya untuk menggunakan TPB, yang dampak positifnya telah terbukti di berbagai industri, dan mengintegrasikan teori ini dengan pengalaman berharga para manajer Iran yang sukses untuk mengidentifikasi motivasi, sikap, dan perilaku para pengusaha ini, dan membantu mendorong pengusaha lain dan praktisi industri menuju kesuksesan juga. Perlu dicatat bahwa, sejauh ini, belum ada penyelidikan sistematis yang dilakukan terhadap dampak TPB atau sikap dan norma subjektif pengusaha Iran terhadap pertumbuhan perusahaan tenaga listrik.

Namun, penelitian ini dilakukan dengan tujuan utama untuk menyelidiki indikator TPB pada pengusaha dan dampak nya terhadap pertumbuhan UKM di industri tenaga listrik Iran. Populasi sampel dipilih dari antara manajer UKM di Serikat Industri Listrik dan Asosiasi Pembuat Panel Listrik Iran dan mencapai hasil yang meyakinkan terkait indikator motivasi, sikap, PBC, dan norma subjektif pada pengusaha. Menanggapi pertanyaan penelitian pertama, peneliti berhasil mengidentifikasi motivasi, sikap, dan perilaku beberapa manajer yang sukses di industri tenaga listrik Iran. Ditemukan bahwa pengusaha tersebut memutuskan untuk memulai perusahaan mereka didorong oleh motif pribadi seperti keuntungan finansial dan kemandirian; mengandalkan pengetahuan, pengalaman, dan evaluasi tren pasar mereka sendiri; percaya pada norma subjektif seperti mendapatkan

¹⁸ *Ibid*, Hlm. 443.

kepercayaan pelanggan dan mempertahankan kepuasan mereka; dan akhirnya, dengan bergantung pada dukungan keluarga mereka.

Kesimpulan dari artikel ini yaitu berdasarkan temuan penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa pendidikan dan pelatihan yang relevan merupakan komponen paling penting yang berkontribusi terhadap pertumbuhan. Sayangnya, ada terlalu banyak pengusaha terhormat yang bekerja keras dan bersedia menerima risiko yang terkait dengan bisnis mereka untuk menciptakan lapangan kerja dan menghasilkan kekayaan, tetapi kurangnya pengetahuan akademis, pelatihan, dan perencanaan atas berbagai aspek pekerjaan mereka mendorong mereka menuju kegagalan, kerugian, dan akhirnya, kekruatan. Akhirnya, dalam hal PBC, kohesi dan harmoni di antara dewan direksi, pelatihan yang tepat, pengetahuan dan keterampilan, dan pencegahan risiko ditekankan oleh sebagian besar responden. Atas dasar ini, meskipun mengonfirmasi dampak positif indikator TPB pada kinerja pengusaha, indikator tersebut ditemukan membantu mencapai dan mempercepat pertumbuhan perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa para pengusaha yang diwawancarai dapat dipandang sebagai panutan oleh para calon pengusaha muda yang merasa perlu untuk menggabungkan pengalaman dan metode para manajer Iran yang sukses dengan model ilmiah terbaru tentang perilaku organisasi untuk mencapai kesuksesan dan pertumbuhan.

Kekurangan dari penelitian ini yaitu responden yang ada cukup sedikit. Kelebihannya adalah dalam penelitian ini diberikan skema yang mempermudah penjelasan. Relevansi dengan penelitian saya yaitu sama-sama membahas

mengenai UKM namun pada artikel ini dijelaskan mengenai teori perencanaan untuk menjadi pengusaha sukses khususnya di Iran.

Ketujuh ditulis oleh Tadesse Wudu Abata and Henok Ezezew Sheferaw menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode regresi logistik, dan data yang dikumpulkan dari wawancara pemangku kepentingan dianalisis menggunakan analisis deskriptif untuk mengemkan pemetaan ekosistem. Oleh karena itu, lembaga akademis, seperti universitas, lembaga keuangan, seperti bank dan asosiasi kredit, organisasi nonpemerintah, seperti GIZ dan Reach for Change, dan organisasi pemerintah merupakan aktor penting dalam kewirausahaan di Ethiopia. Terakhir, hasil model logit terurut menunjukkan bahwa akses terhadap keuangan, pelatihan, dan bahan baku, pengalaman, tingkat pendidikan, dan sektoral dummy merupakan faktor signifikan secara statistik yang memengaruhi kinerja UMKM. Berdasarkan hasil tersebut, kami merekomendasikan agar pemerintah Ethiopia memberikan lebih banyak penekanan kepada UMKM dalam berbagai bentuk, seperti memberikan dukungan dalam bentuk hubungan keuangan, pelatihan, pasar, dan bahan baku.

Ethiopia adalah negara yang menerapkan berbagai rencana dan strategi untuk menjadi negara berpendapatan menengah pada tahun 2025 dan mengambil langkah-langkah multidimensi untuk secara agresif mengurangi kemiskinan. Untuk mencapai rencana tersebut, banyak yang dilakukan di bidang pengemban kewirausahaan, dengan fokus pada kaum muda, di mana lebih dari 2 juta pemuda bergabung dengan angkatan kerja per tahun (Endris & Kassegn, 2022). Menurut laporan Komisi Penciptaan Lapangan Kerja tahun 2021, meskipun UKM

memberikan kontribusi yang signifikan terhadap ekonomi Ethiopia, terdapat sekitar 2,2 juta dan 2850 karyawan di perusahaan-perusahaan ini. Menurut laporan Komisi Penciptaan Lapangan Kerja Ethiopia tahun 2020, 1,5 juta UKM yang beroperasi di negara tersebut mempekerjakan 4,5 juta buruh dan menghasilkan pendapatan bulanan sebesar 40,7 miliar birr.¹⁹ Kontribusi UKM terhadap ekonomi Ethiopia telah menurun dibandingkan dengan tahun sebelumnya karena adanya PHK pekerja. Jutaan orang kehilangan miliaran dolar dalam penjualan setiap bulan. 37% lainnya telah tutup. Bagi negara dengan sangat sedikit perusahaan swasta per kapita dan aktivitas kewirausahaan terendah di Afrika, hal ini menimbulkan masalah besar dan membutuhkan lebih banyak perhatian. Karena itu, UMKM telah menarik perhatian para peneliti, dan sejumlah penelitian telah dilakukan oleh organisasi internasional dan peneliti akademis juga.

Fakta bahwa budaya bisnis belum berkembang dengan baik dapat dijelaskan dalam tiga aspek berikut: pertama, hampir seluruh masyarakat lebih menerima pekerja kerah putih, dan sikap ini menyebabkan kurangnya inisiatif dalam penciptaan bisnis. Menjadi staf kantor pemerintah lebih disukai, dan itulah sebabnya mahasiswa pascasarjana mengharapkan pemerintah untuk menciptakan lapangan kerja dan mempekerjakan mereka alih-alih menciptakannya sendiri. Manifestasi kedua dari budaya bisnis di Ethiopia dapat diungkapkan sebagai pengalihan UMKM dari keluarga ke anak-anak.²⁰ Bagi mereka yang terlibat dalam

¹⁹ Tadesse Wudu Abata And Henok Ezezew Sheferaw, 2023, "Micro, Small And Medium Enterprises And Their Linkage With Key Actors In Ethiopia: Developing Entrepreneurial Ecosystem Mapping", *Journal Of Innovation And Entrepreneurship*, Vol.12, No.71, Hlm. 2.

²⁰ *Ibid*, Hlm. 20.

bisnis, ini seperti pengalihan pekerjaan dari ayah ke anak (jika ayah berbisnis eceran, anak akan meneruskannya; jika ibu berpengalaman dalam aian, maka anaknya akan mengikutinya), dan ini merupakan hambatan bagi ide-ide bisnis baru untuk dikemkan dan dipraktikkan.

Kesimpulan dari artikel ini yaitu penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi faktor penentu dasar kinerja UMKM di Ethiopia dan mencoba mengemkan pemetaan ekosistem kewirausahaan untuk menghubungkan perusahaan-perusahaan tersebut dengan pemangku kepentingan terkait, yang dapat berkontribusi pada peningkatan kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah. Untuk mencapai tujuan penelitian, data primer dan sekunder telah digunakan. Data primer dari 400 perusahaan sampel dianalisis menggunakan regresi logistik terurut, dan data yang dikumpulkan dari wawancara pemangku kepentingan dianalisis menggunakan analisis deskriptif untuk mengemkan pemetaan ekosistem. Dengan demikian, lembaga akademis, seperti universitas, lembaga keuangan, seperti bank dan asosiasi kredit, LSM, seperti GIZ dan R4C, dan organisasi pemerintah merupakan aktor penting dalam kewirausahaan di Ethiopia. Akhirnya, hasil model logit terurut menunjukkan bahwa akses ke keuangan, pelatihan, dan bahan baku, pengalaman, tingkat pendidikan, dan sektoral dummy merupakan faktor signifikan secara statistik yang memengaruhi kinerja UMKM. Kekurangan penelitian ini terdapat pada sumber narasumber yang dirasa masih cukup sedikit untuk skala negara. Sedangkan kelebihanannya yaitu terdapat saran atau rekomendasi kepada narasumber dan subjek penelitian. Relevansi antara penelitian saya dengan artikel ini yaitu sama-sama membahas mengenai usaha kecil menengah, namun dalam

artikel ini dibahas mengenai aktor penting dalam usaha kecil menengah khususnya di ethiopia.

Kedelapan ditulis oleh Iannone, Barbara; Caruso, Giulia menggunakan pendekatan Kualitatif dengan metode analisis deskriptif. COVID-19 telah memberikan dampak yang dramatis bagi dunia. Studi ini bertujuan untuk menyelidiki implikasi yang mungkin dari COVID-19 terhadap inisiatif keberlanjutan dan digitalisasi, dengan mengeksplorasi sampel dari 15 perusahaan kopi Italia yang berlokasi di Italia Utara, Tengah, dan Selatan, untuk menyoroti perbedaan apa pun dan pada saat yang sama mengidentifikasi untai utama perilaku tangguh mereka. “Keberlanjutan” adalah ide kami untuk mendefinisikan model bisnis di mana keberlanjutan dan digitalisasi terkait erat dalam inisiatif strategis perusahaan. Kami telah menganalisis berbagai tindakan yang telah dilakukan untuk keluar dari krisis COVID-19, dengan fokus pada inisiatif yang terkait dengan pemunahan berkelanjutan dan digitalisasi, yang juga penting untuk memenuhi beberapa dari 17 Tujuan Pemunahan Berkelanjutan dari Agenda 2030. Sebagian besar perusahaan telah berinvestasi dalam keberlanjutan dan digitalisasi. Hasilnya menunjukkan, bagi sebagian besar dari mereka, pendekatan tangguh terhadap model bisnis yang berkelanjutan, dan juga melalui peningkatan digitalisasi

Abad ke-21 yang baru telah dibuka dengan fase progresif modernisasi digital, baik dalam kehidupan pribadi maupun kehidupan kerja masyarakat. Periode yang telah dipengaruhi oleh virus COVID-19 telah semakin mempercepat evolusinya. Data besar, kecerdasan buatan, komputasi awan, dan blockchain telah dengan cepat mendorong semua jenis perusahaan ke era digital. Sumber daya

digital semakin menjadi faktor produksi utama. Selama penguncian, yang melumpuhkan semua pergerakan fisik, yang berdampak parah pada ekonomi setiap negara, sumber daya digital menunjukkan nilainya, yang memungkinkan perusahaan untuk terus beroperasi dan menjaga kontak masyarakat tetap hidup. Dengan demikian, transformasi digital telah menjadi kekuatan pendorong bagi inovasi, inklusivitas, dan pertumbuhan berkelanjutan. Selain itu, teknologi telah memungkinkan pemeliharaan kontak dan komunikasi—satu-satunya cara bagi banyak bisnis untuk dapat terus bertahan. Agenda 2030 mencakup 17 tujuan. Pengaman infrastruktur yang tangguh untuk meningkatkan kemampuan teknologi, meningkatkan akses internet di negara-negara kurang berkem, dan mendorong integrasi industri dan perusahaan kecil ke dalam rantai nilai mereka.²¹

Makalah ini menganalisis 15 perusahaan yang beroperasi dalam produksi dan pemasaran kopi di Italia. Perusahaan-perusahaan tersebut dipilih berdasarkan kriteria selektif, termasuk lokasi geografis yang berbeda. Tujuan dari makalah ini adalah untuk mendeteksi kemungkinan tren bisnis masa depan di area ini, seperti strategi baru untuk mendukung pemunan berkelanjutan dan peningkatan digitalisasi perusahaan, terutama setelah krisis mendalam yang disebabkan oleh COVID-19.²² Pekerjaan ini juga bertujuan untuk menangkap pengaruh yang ditentukan oleh periode pandemi. Secara khusus, studi ini menyelidiki hal-hal berikut: bagaimana perusahaan menanggapi penyebaran COVID-19, tindakan apa yang telah mereka putuskan untuk dilakukan, peran apa yang dimainkan kebijakan keberlanjutan dan

²¹ Iannone, Barbara; Caruso, Giulia, 2023, “Sustainability: Sustainability And Digitalization As A Strategy For Resilience In The Coffee Sector”, *Sustainability*, Vol. 15, No. 6, Hlm. 1.

²² *Ibid*, Hlm. 3.

digitalisasi dalam organisasi dan, akhirnya, apakah dan bagaimana strategi perusahaan dipengaruhi oleh adanya pandemi dan situasi kritis yang diakibatkannya. Kami telah menciptakan ungkapan "model bisnis keberlanjutan" untuk menekankan nilai dari dua kegiatan berikut: pemunan berkelanjutan dan digitalisasi. Kami telah menganalisis apakah perusahaan yang disurvei telah beralih ke model bisnis ini atau setidaknya telah menyatakan keinginan untuk berinvestasi di dalamnya, menyoroti kemajuan dalam operasi mereka dan membantu menggarisbawahi pentingnya hubungan antara keberlanjutan dan digitalisasi.

Khususnya, sektor kopi, yang merupakan komoditas kedua yang paling banyak diperdagangkan di dunia, karena melibatkan ribuan perusahaan dan beberapa juta petani, memberikan contoh yang baik dari tren baru ini. Memang, selama beberapa dekade terakhir, industri kopi telah melakukan kegiatan signifikan dalam mengadopsi keberlanjutan. Alasan utama untuk mengadopsi strategi keberlanjutan adalah sebagai berikut: untuk mengurangi risiko regulasi sekaligus mengisi kesenjangan kebijakan, untuk memenuhi harapan pemangku kepentingan, untuk meningkatkan pendapatan, untuk meningkatkan merek dan reputasi seseorang, atau hanya untuk membedakan diri dari pesaing. Rantai produksi dan konsumsi kopi telah terlibat dalam beberapa kontroversi lingkungan. Sektor ini menghadapi banyak tantangan keberlanjutan, termasuk polusi air, hilangnya keanekaragaman hayati, erosi tanah, penggunaan bahan kimia pertanian, penggundulan hutan, pemkitan limbah, dan eksploitasi tenaga kerja, tetapi juga harga yang rendah, petani yang menua, dan perubahan iklim yang berbahaya. Semua elemen ini menyebabkan situasi yang rumit bagi para pelaku yang terlibat

dalam sektor ini. Pertama, budidaya dapat merusak ekosistem perairan, kebiasaan, dan tanah. Kedua, pada tahap produksi dan industrialisasi, kopi menghasilkan zat-zat yang berbahaya bagi manusia dan lingkungan. Terakhir, pemanggangan dan konsumsi produk ini menghasilkan limbah kopi yang mengubah lingkungan alam.

Kesimpulan dari artikel ini yaitu, makalah ini memberikan kontribusi pada beberapa bagian literatur. Pertama, studi ini memberikan kontribusi pada studi tentang krisis bisnis, karena memberikan informasi baru tentang bagaimana perusahaan telah menanggapi krisis yang belum pernah terjadi sebelumnya yang memengaruhi seluruh planet. Kedua, berkontribusi pada studi tentang pemunan berkelanjutan, karena memberikan informasi tentang evolusi sektor kopi, yang semakin berfokus pada keterlacakan dan keberlanjutan di seluruh rantai pasokan, hingga ke konsumen akhir. Mengenai evolusi digital, telah mengalami percepatan yang kuat dalam periode pandemi ini, terutama karena kebutuhan untuk menyediakan keberlanjutan dalam kegiatannya. Kami mengidentifikasi unsur-unsur ketahanan perusahaan kopi dalam menanggapi krisis akibat darurat COVID-19. Ketiga, studi ini memberikan masukan untuk studi manajemen strategis. Peningkatan keberlanjutan dan peningkatan kinerja, karena digitalisasi progresif dalam perusahaan, merupakan pendorong penting perubahan dalam model bisnis. Keberlanjutan dan digitalisasi adalah dua kegiatan bisnis yang semakin saling mendukung. Digitalisasi memungkinkan efisiensi yang lebih tinggi karena, melalui otomatisasi proses, digitalisasi dapat mengoptimalkan banyak langkah dalam proses produksi, misalnya, mengurangi kesalahan, sehingga merasionalisasi biaya, dan meningkatkan kualitas. Selain itu, karena menawarkan kemungkinan untuk

terus memantau pengukuran dampak lingkungan, hampir tanpa margin kesalahan, digitalisasi memberikan dukungan yang berharga bagi perusahaan dalam mengejar pemunan berkelanjutan.

Kekurangan dari penelitian ini yaitu hanya dilakukan di satu negara sehingga memiliki keterbatasan dalam hal data. Sedangkan kelebihan dari penelitian ini yaitu penjelasannya sangat detail dan memiliki dukungan visualisasi yang baik serta menjelaskan mengenai keterbatasan dari penelitian yang dilakukan. Relevansi antara penelitian saya dengan artikel ini yaitu sama-sama membahas mengenai kopi namun artikel ini berfokus pada keberlanjutan di sektor kopi.

Kesembilan ditulis oleh Liou-Yuan, Li; Ahmad Mujafar Syah; Syukur, Muhammad; Limkanchanapa, Rachatawan; Srisurat, Chamaiporn menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode kuesioner Sebanyak 511 dari 600 survei online dan kertas yang dikeluarkan berhasil dikembalikan, yang merupakan tingkat respons 85%. Data primer diperoleh dari sumber langsung pemilik dan manajer bisnis UMKM Thailand. Pengujian hipotesis penelitian ini membuktikan bahwa perilaku pemasaran kewirausahaan dapat memengaruhi pemulihan bisnis selama periode COVID. Studi ini juga menyimpulkan bahwa praktik ketahanan bisnis memediasi atau membawa pengaruh perilaku pemasaran kewirausahaan terhadap pemulihan bisnis. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengusulkan model perilaku pemasaran kewirausahaan yang dikemkakan untuk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang berkelanjutan di Thailand. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi pada literatur yang ada tentang praktik bisnis yang berkelanjutan dan perilaku pemasaran kewirausahaan setelah bencana dengan

menyediakan kerangka kerja yang dapat digunakan untuk penelitian masa depan di bidang ini, khususnya setelah turbulensi ekonomi.

Sebagai salah satu pemimpin teratas di Asia Tenggara, Ekonomi Thailand dan bisnis mereka selalu meroket sebelum tahun 2020 hingga puncak COVID-19 pada bulan Maret 2020. Nilai PDB pada harga terbaru tahun 2020 adalah 15,7 triliun baht, dan PDB per kapita adalah 225.913,8 baht per orang per tahun.²³ Seperti yang tercatat dalam, ekonomi Thailand menyusut sebesar 6,1 persen dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Di sisi pengeluaran, ekspor barang turun menjadi 6,6 persen; konsumsi swasta turun menjadi 1 persen. Pengeluaran konsumsi pemerintah naik sebesar 8 persen, dan investasi turun menjadi 0,8 persen, sementara investasi publik melonjak sebesar 5,7 persen. Di sisi produksi, sektor pertanian, produksi kehutanan, dan perikanan menyusut sebesar 3,4 persen, seperti halnya sektor manufaktur; sektor akomodasi dan jasa makanan turun menjadi 36,6 persen. Sektor jasa transportasi dan penyimpanan mengalami penurunan sebesar 21 persen.

Meskipun COVID-19 mungkin tidak ada lagi di masa mendatang, akan tetap sulit untuk kembali normal, meskipun tren perjalanan kembali marak di Thailand pada tahun 2023. Sementara itu, kebijakan strategis masih dipertimkan setiap tahun untuk melawan perubahan tak terduga dari dalam dan luar dengan mengikuti jalur yang jelas dari dalam dan tetap memuaskan para pemangku kepentingan. OSMEP telah mengemukakan empat strategi penting yang sejalan

²³ Liou-Yuan, Li; Ahmad Mujafar Syah, Dkk., 2023, "Sustainable Micro, Small, And Medium Enterprises: A Developed Model Of Entrepreneurial Marketing Behaviors For Thailand's Msmes", *Sustainability*, Vol. 15, No. 13, Hlm. 1.

dengan arah pemunan nasional dengan resep Rencana Strategi Nasional 20 tahun: (i) memanfaatkan kombinasi penggunaan big data dengan data UMKM di Thailand, (ii) mengemkan mekanisme untuk mengiklankan pendekatan mudah bagi UMKM dan ekonomi lokal, (iii) menginternasionalkan dan memperluas masyarakat wirausaha, dan (iv) mendorong perusahaan untuk menjadi agensi berkinerja tinggi.²⁴ Namun, hingga saat ini, berdasarkan analisis ilmiah, pengujian implikasi perilaku pemasaran wirausaha pada UMKM melalui survei langsung belum dilakukan di Thailand.

Meskipun terdapat keterbatasan dalam penelitian ini, penelitian ini menyimpulkan bahwa perilaku pemasaran kewirausahaan dapat memengaruhi pemulihan bisnis selama masa-masa sulit, seperti pandemi COVID-19. Penelitian ini juga menyimpulkan bahwa praktik ketahanan bisnis memediasi atau membawa pengaruh perilaku pemasaran kewirausahaan terhadap pemulihan bisnis. Lebih jauh lagi, penelitian ini mengusulkan model perilaku pemasaran kewirausahaan yang dikemkan untuk UMKM Thailand yang dapat membantu bisnis ini memasukkan praktik berkelanjutan ke dalam model bisnis mereka dan mencapai kesuksesan jangka panjang. Dengan mengatasi masalah penelitian ini, penelitian ini memberikan wawasan berharga tentang bagaimana UMKM dapat mengatasi tantangan ini dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

Kesimpulan dari artikel ini yaitu bahwa penelitian lain oleh peneliti mengeksplorasi kemandirian kapabilitas *inside-out* (IO) dan *outside-in* (OI) dalam kinerja perusahaan wirausaha pasar berkem, serta peran resource-based view

²⁴ *Ibid*, Hlm. 2-3.

(RBV) dan kapabilitas dinamis perusahaan (di mana komponen EM yang tertanam di dalamnya agak diuraikan). Penelitian ini juga menyoroti pentingnya kelincahan pemasaran dalam menerjemahkan dampak sumber daya menjadi hasil kinerja. Penelitian ini mengidentifikasi beberapa arah untuk penelitian mendatang, termasuk mengeksplorasi dampak moderasi jaringan dengan aktor sosial-politik dan dukungan kelembagaan pada kapabilitas penggerak pasar dan menyelidiki konstruk tambahan yang terkait dengan IO, OI, dan kelincahan pemasaran. Sementara teori pemasaran wirausaha saat ini meneliti konsep kelincahan pemasaran, teori ini hanya mendefinisikannya sebagai kondisi batas antara kapabilitas *inside-out* (IO) dan *outside-in* (OI) dan/atau daya saing perusahaan terkait sumber daya dan jaringan eksternal. Akan tetapi, penting untuk dicatat bahwa meskipun makalah ini membahas konsep kelincahan pemasaran, makalah ini tidak memberikan gambaran menyeluruh tentang teori pemasaran kewirausahaan terkini untuk ketahanan bisnis dan pemulihan bisnis pascabencana. Lebih khusus lagi, pengertian luas tentang kemampuan bisnis, RBV, dan inovasi belum sepenuhnya diuraikan menjadi tindakan pemasaran yang jelas bagi UMKM untuk menanggapi perubahan permintaan pasar pasca-COVID-19. Oleh karena itu, penelitian ini kembali mengusulkan aplikasi yang lebih terarah untuk perilaku EM dan komponen ketahanan bisnis.

Kekurangan dari penelitian ini yaitu tidak adanya saran dan rekomendasi kepada peneliti berikutnya dalam membahas topik yang sama. Sedangkan kelebihan artikel ini yaitu visualisasi data yang diberikan sangat jelas. Relevansi

antara penelitian saya dengan artikel ini yaitu sama-sama membahas mengenai UKM namun artikel ini khusus membahas dalam hal model pemasaran UKM.

Kesepuluh ditulis oleh Iskandar Budiman dengan menggunakan metode kualitatif dengan analisis deskriptif. Artikel ini berfokus pada aktivitas para pedagang jajanan yang ada di sepanjang Jalan Cut Nyak Dhien Kota Langsa. Terdapat lebih dari 70 (tujuh puluh) pedagang kaki-lima dengan berbagai jenis barang dagangannya. Hasil analisis menunjukkan bahwa pedagang kaki-lima di kawasan kota menjadi alternatif pekerjaan populer. Kondisi ini bersinergi dengan program pemerintah yang menata kawasan jajanan tersebut sebagai sentra wisata kuliner dan sangat membantu pedagang untuk meningkatkan pendapatan keluarga, juga telah memberi dampak terhadap meningkatnya pengunjung dan bertambahnya pendapatan dari retribusi.

Perekonomian di kota menjadi magnet bagi masyarakat luas dan merupakan bagian penting dari kehidupan sehari-hari manusia. Kebutuhan makanan dan air harus dipenuhi setiap hari. Untuk menentukan kestabilan suatu negara atau negara, ekonomi masyarakat sangat penting. Level pertumbuhan ekonomi suatu masyarakat juga dapat menunjukkan tingkat pertumbuhan dan pemunahan suatu negara. Sistem ekonomi konvensional yang mengabaikan aspek lokasi dan ruang biasanya menghambat pertumbuhan ekonomi di wilayah perkotaan. Selain itu, dalam ilmu ekonomi relatif, struktur ekonomi kota dan wilayah sebanding dengan struktur ekonomi nasional.²⁵ Peningkatan pendapatan per kapita masyarakat

²⁵ Iskandar Budiman, 2021, "Analisis Potensi Perekonomian Pedagang Kaki-Lima Di Kota Langsa", *Jurnal Samudera Ekonomi Dan Bisnis*, Vol.12, No.2, Hlm. 185.

didefinisikan sebagai pertumbuhan ekonomi, yaitu tingkat pertambahan *Gross Domestic Product (GDP)* pada tahun tertentu yang lebih besar daripada pertambahan penduduk (Egereret al., 2016). Pemunan dapat didefinisikan dalam ilmu ekonomi sebagai suatu proses pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan yang membawa sebagian besar populasi dari taraf kehidupan yang miskin ke taraf kehidupan yang lebih baik (Bergeret et al., 1997).

Kawasan perdagangan adalah salah satu area informal yang dapat dianggap sebagai tempat keinginan suatu masyarakat untuk menghasilkan uang. Pasar, juga dikenal sebagai pasar, memainkan peran penting dalam masyarakat sebagai pusat ekonomi dan kebudayaan. Pasar berfungsi sebagai pusat kegiatan ekonomi dan berfungsi sebagai tempat di mana produsen dan konsumen bertemu. Dalam bidang distribusi, pasar bertanggung jawab untuk menyediakan barang-barang yang dibutuhkan oleh masyarakat, sedangkan dalam bidang konsumsi, pasar bertanggung jawab untuk memenuhi kebutuhan pokok dan kebutuhan tambahan lainnya.²⁶

Satu contoh aktivitas ekonomi rakyat kecil di kota besar dan kota kecil adalah keberadaan pedagang kaki lima. Akhir-akhir ini, pengusuran PKL marak terjadi, bahkan dengan cara yang sewenang-wenang, yang merusak tatanan kehidupan sosial-ekonomi dan mengganggu ketertiban masyarakat diperkotaan. Menurut Handoyo (2014), istilah Pedagang Kaki-Lima (PKL) muncul sebagai akibat dari kurangnya lapangan kerja dan kekurangan sumber daya. Salah satu

²⁶ *Ibid.*

sumber pendapatan utama pemerintah Kota Langsa adalah pedagang kaki lima yang terletak di Jalan Cut Nyak Dhien. Namun, pemerintah Kota Langsa harus memberikan pembinaan dan perhatian khusus kepada pedagang ini karena mereka menghasilkan uang bagi masyarakat Kota Langsa dan sesuai dengan visi dan misi pemerintah Kota Langsa, salah satunya adalah menciptakan kesejahteraan bagi masyarakatnya.

Kesimpulan dari artikel ini adalah bahwasannya salah satu alternatif mata pencaharian bagi orang-orang di Kota Langsa yang tidak dapat memasuki sektor formal adalah menjadi pedagang kaki-lima. Pekerjaan ini mudah diakses dan tidak membutuhkan pendidikan tinggi atau modal besar, tetapi tetap dapat menghasilkan pendapatan yang kadang-kadang melebihi sektor formal. Pemerintah Kota Langsa telah menetapkan lokasi pedagang kaki-lima sebagai bagian dari penataan keindahan kota, sehingga aktivitas keramaian kota dipusatkan pada lokasi tertentu yang dapat menjamin ketertiban dan kenyamanan pengunjung. Meskipun telah dibuat penataan pedagang kaki-lima, baik pedagang kaki-lima maupun komunitas menganggap perlu ada pengaturan tambahan untuk memastikan bahwa mereka dapat beroperasi dengan baik. Hasilnya, pemerintah Kota Langsa menerima beberapa rekomendasi. Rekomendasi pertama adalah bahwa, dalam hal akses ke sarana dan prasarana, pemerintah Kota Langsa harus membantu pedagang kaki lima, karena mereka dapat menjadi salah satu wisata kuliner Kota Langsa dan mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat bawah. Rekomendasi kedua adalah untuk meninjau pinjaman modal KUR yang diberikan oleh pemerintah melalui peraturan menteri dan peraturan Walikota Langsa, sehingga para pedagang yang

membutuhkan modal dapat didaftarkan kembali dan pinjaman modal dapat dilakukan secara mudah melalui Bank Syariah. Selain itu, harus ada pihak yang membantu bisnis dan mengawasi pedagang kaki-lima secara Syariah.

Kelebihan dari jurnal ini adalah pembahasan mengenai konsep dijelaskan secara mendetail dan lengkap. Sedangkan kekurangannya terdapat pada visualisasi data yang kurang sehingga membuat pembaca jenuh bisa berlama-lama membaca dan data yang dijelaskan tidak dapat terbayangkan. Relevansi dengan penelitian saya adalah bahwa penelitian ini sama-sama membahas mengenai pedagang kaki lima.

Kesebelas ditulis oleh Andri Amin Tawakal, Ahmad Budi Lakuanine, Farhan Zikry, Hamsah Hudafi, Ahmad Hasan Basri dengan menggunakan studi lapangan yang bersifat deskriptif analitis dimana memberikan gambaran tentang ketahanan keluarga bagi pedagang kaki lima melalui hasil wawancara di sekitaran kampus UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Hasil penelitian menyatakan bahwa menjalankan peran dan fungsi terjaganya ketahanan rumah tangga adalah kewajiban bahkan di masa Pandemi.

Untuk memastikan kebahagiaan dan kesejahteraan keluarga, setiap masyarakat yang telah berkeluarga harus menerapkan ketahanan keluarga. Dalam keluarga, suami istri dan anak harus melakukan tugas mereka dengan sebaik mungkin. Pasti dapat memenuhi kebutuhan spiritual, sosial, ekonomi, dan pendidikan keluarga. Namun, selama Pandemi ini, seluruh masyarakat di Indonesia terkena dampak terpuruknya ekonomi; banyak pekerja di PHK; dan para pedagang krut karena kehilangan pembeli dan pasar. Ini membuat sulit bagi banyak orang

yang sudah berkeluarga di Indonesia untuk memenuhi kebutuhan keluarga mereka, terutama bagi para Pedagang Kaki Lima. Pada masa pandemi saat ini, banyak keluarga mengalami penurunan ekonomi tetapi kebutuhan meningkat untuk memenuhi kebutuhan pangan mereka dan mencegah penyakit dengan memenuhi kebutuhan protokol kesehatan seperti obat-obatan, sabun cuci tangan, dan masker. Pandemi virus COVID-19, yang merajalela di seluruh dunia, menimbulkan kekhawatiran bagi banyak orang, terutama masyarakat. Jumlah pasien positif Corona yang meningkat setiap hari menimbulkan kekhawatiran masyarakat. Jumlah kasus COVID-19 di Indonesia telah mencapai 10.320, memasuki bulan ke sepuluh setelah kasus pertama pada Februari berjumlah 506.320, dengan 5303 kasus di Provinsi Yogyakarta pada bulan November 2020.²⁷

Keluarga dianggap sebagai institusi dalam sosiologi sebagai bagian dari sistem sosial yang ada dalam kebudayaan. Keluarga, menurut Burgess dan Lock, merupakan unit sosial terkecil dalam sebuah masyarakat yang anggotanya terikat oleh hubungan darah (anak kandung), perkawinan (suami-istri), atau adopsi (anak angkat), dan terdiri dari sekelompok orang yang tinggal bersama dalam sebuah rumah tangga dan memiliki hubungan satu sama lain atas dasar pernikahan, keturunan, atau adopsi.²⁸ Keluarga memiliki ciri-ciri tertentu dan dibagi menjadi empat kategori. Kategori pertama mencakup keluarga yang terikat dalam ikatan perkawinan, darah, atau adopsi. Kategori kedua mencakup keluarga yang terdiri

²⁷ Andri Amin Tawakal, Ahmad Budi Lakuanine, Dkk. 2021, " Ketahanan Keluarga Pedagang Kaki Lima Dalam Pemenuhan Kebutuhan Di Masa Pandemi; Studi Lapangan Pedagang Kaki Lima Di Sekitar Kampus Uin Sunan Kalijaga", *Salam Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-I*, Vol. 7, No.1, Hlm. 1038.

²⁸ *Ibid*, Hlm. 1040.

dari beberapa anggota keluarga yang tinggal dan tinggal bersama-sama dalam satu rumah atau unan. Setiap anggota keluarga memiliki peran sosial masing-masing, termasuk suami dan istri, ayah dan ibu, putra dan putri, saudara perempuan dan laki-laki, dan banyak lagi. Keempat, hubungan yang ada dengan anggota keluarga menunjukkan upaya untuk mempertahankan norma-norma kebudayaan yang diambil dari budaya atau komunitas umum.

Kesimpulan dari artikel ini adalah untuk menjaga ketahanan keluarga, penting untuk mempertimkan fungsi keluarga dan peran masing-masing anggota, mulai dari kasih sayang, pendidikan anak, agama, ekonomi, kesehatan, perlindungan, bersosialisasi, dan biologis dalam menjaga keturunan. Peneliti mengatakan bahwa masalah ekonomi mempengaruhi ketahanan keluarga selama Pandemi, jadi perlu kesabaran untuk memenuhi kebutuhan keluarga pedagang kaki lima. Pertama, unsur religius berarti bahwa perjalanan awal pernikahan harus dilandasi oleh agama, jadi setiap keluarga harus selalu mengingatkan satu sama lain untuk menjadi lebih baik dalam hal keagamaan, bersabar, dan bertawakal kepada Allah. Kedua, kasih sayang yang dimaksud adalah bahwa selama pandemi ini, rumah seharusnya menjadi tempat keluarga berkumpul untuk mendekatkan diri, mempertahankan kemesraan, dan mengharmoniskan rumah tangga melalui tinggal dekat satu sama lain. Ketiga, pendampak pingan anak karena nama baik keluarga penting untuk ketahanan keluarga. Orang tua harus sangat sabar untuk mendampak pingi anak mereka selama Pandemi. Diharapkan orang tua dapat membantu anak-anak mereka belajar di rumah dengan lebih baik daripada guru sekolah. Kekurangan dari penelitian ini yaitu tidak adanya saran untuk penelitian kedepannya maupun

kepada yang diteliti. Sedangkan kelebihan penelitian ini yaitu penjelasan baik konsep dan hasil dijelaskan dengan baik. Saran kedepannya adalah agar penelitian sejenis dapat menyertakan saran kepada peneliti berikutnya maupun kepada subjek yang diteliti. Sedangkan relevansi anatar penelitian saya dengan artikel ini yaitu sama-sama membahas mengenai pedagang kaki lima namun artikel ini menambahkan pembahasan dari sisi keluarga juga.

Ke-12 ditulis oleh Muh. Husriadi menggunakan pendekatan penelitian kualitatif naratif yakni tentang serangkaian peristiwa terkait dengan pengalaman manusia. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara secara mendalam, observasi kepada partisipan serta teknik snowball sampling. Snowball sampling atau purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel dengan pertiman tertentu yaitu orang yang dianggap paling tahu tentang apa yang diteliti (Sugiyono, 2010).²⁹ Untuk metode pengambilan sampel seperti ini khusus digunakan untuk yang bersifat komunitas dari subjektif responden/sampel, atau dengan kata lain objek sampel yang diinginkan. Fokus penelitian pada tesis ini yaitu mengetahui model program yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dalam meningkatkan daya saing usaha. Selain itu mengetahui Efektivitas implementasi kebijakan pengeman usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dalam meningkatkan daya saing usaha. Serta mencari tahu dampak kebijakan pengeman usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dalam

²⁹ Muh. Husriadi, 2019, "Implementasi Kebijakan Pengeman Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umk) Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha (Studi Pada Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Di Kota Kendari)", Program Magister Ilmu Administrasibisnis Minat Kebijakan Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang, Hlm. 2.

meningkatkan daya saing usaha meliputi peningkatan keterampilan sumber daya manusia (SDM) pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM), peningkatan akses pasar serta peningkatan akses kredit modal.

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan sektor penting dalam mewujudkan pemunan ekonomi nasional. Oleh karena itu sangat penting untuk diperbincangkan sebab terlihat dari kontribusi nya yang sangat besar dalam perekonomian serta daya tahannya terhadap krisis ekonomi. Secara ideal, melalui sektor ini pula pertumbuhan ekonomi, peluang kerja, peningkatan devisa, dan pemunan ekonomi regional dapat terwujud. Pada era krisis ekonomi melanda Indonesia tahun 1998 peranan sektor ini terbukti tangguh serta dianggap sebagai penyelamat krisis karena fleksibilitas nya dalam menyiasati perubahan dan kemampuannya menyerap tenaga kerja sehingga berdampak pada jumlah penurunan pengangguran dan kemiskinan sekaligus mampu bertahan meskipun dalam kondisi krisis sekalipun. Peran besar usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) juga terbukti menyelamatkan perekonomian sa di saat krisis ekonomi tahun 1998 (Rusdin, 2009).³⁰ Beberapa faktor sangat berpengaruh pada tingkat produktivitas dan inovasi perusahaan, yaitu kualitas sumber daya manusia (human resource), budaya perusahaan, latar belakang pendidikan pemilik dan pekerja serta karakter pemangku kepentingan dalam perusahaan. Sementara itu, berbagai faktor eksternal juga mempengaruhi dan mendukung daya saing UMKM. Faktor tersebut antara lain kemudahan berusaha di Indonesia (ease of doing business), akses finansial dan permodalan, akses pasar, infrastruktur, dan kondisi makroekonomi

³⁰ *Ibid*, Hlm.3.

secara umum. Penilaian awal mengenai kebijakan UMKM di Indonesia mengindikasikan bahwa saat ini belum terdapat kebijakan komprehensif yang optimal dalam mendorong atau memperbaiki aspek kinerja UMKM. Kebijakan UMKM yang tersedia saat ini bersifat parsial, dan mempunyai keterkaitan yang lemah antara satu kebijakan dengan kebijakan yang lainnya.

Kesimpulan dari tesis ini yaitu implementasi kebijakan pengeman UMKM dalam meningkatkan daya saing melalui program pelatihan yang dijalankan selama ini sudah dilaksanakan dengan baik namun belum memberikan dampak efektif dalam mengevaluasi output setelah dilakukannya program pelatihan. Kebijakan yang dilaksanakan oleh Dinas Perdagangan, Koperasi dan UMKM Kota Kendari melalui program di rasa belum efektif. Hal tersebut terlihat dari kaidah efektifitas program yang meliputi a) Tujuan Program b) Sasaran Program c) Sosialisasi Program d)Tepat Pengelolaan dan Pembinaan e) Pemantauan Program. Dampak pelaksanaan program dapat dilihat melalui tiga elemen (1) peningkatan keterampilan sumber daya pelaku UMKM (2) Peningkatan Akses Pasar Produk pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dan (3) Peningkatan akses kredit modal usaha. Dari tiga elemen tersebut belum memberikan hasil yang maksimal dalam meningkatkan daya saing usaha yang dilakukan oleh Dinas Perdagangan, Koperasi dan UMKM kota Kendari.

Kekurangan dari tesis ini yaitu masih terdapat kata kata yang tidak baku dan kurang tepat namun kelebihanannya adalah pembahasan yang di samapiakn sangat lengkap dan tersusun rapih. Relevansi anatar penelitian saya dengan tesis ini yaitu

sama-sama membahas mengenai UMKM namun tesis ini berfokus dalam meningkatkan daya saing dan kebijakan UMKM.

Secara lebih lanjut persamaan dan perbedaan ke sepuluh tinjauan pustaka tersebut dengan penelitian skripsi yang dilakukan oleh peneliti akan lebih dijelaskan dalam tabel berikut.



Tabel 1. 1 Perbandingan Literatur Sejenis

No.	Identitas Jurnal/Kajian Ilmiah	Konsep/Teori	Metodologi	Hasil dan Pembahasan	Analisis	
					Persamaan	Perbedaan
1	Tuwis Hariyani. Strategi Pedagang Kaki Lima Dalam Mempertahankan Usaha Di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi pada PKL di Lapangan Desa Karangrejo Kecamatan Kandat Kabupaten Kediri). Jurnal Ekonomi Bisnis Ekuivalensi. Vol.7, No.1. 2021	Strategi keberdayaan	Metode yang digunakan dalam memperoleh dan menganalisis data adalah metode deskriptif kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan masyarakat, terutama masyarakat Desa Karangrejo dan pemerintah desa setempat, menyambut baik kedatangan Pedagang Kaki Lima di Lapangan Desa Karangrejo. Karena keberadaannya menawarkan banyak keuntungan, terutama dalam hal ketersediaan makanan dan minuman yang murah dan sarana untuk mengunjungi makanan desa. Mereka biasanya berjualan dengan menggunakan peralatan atau sarana yang dapat diangkut atau dibongkar pasang, seperti gerobak 2dorong dan warung semi permanen	Sama-sama membahas mengenai pedagang kaki lima	Perbedaan terletak pada lokasi yang terletak di Lapangan desa Karangrejo sedangkan peneliti terletak di Kampung <i>Starling</i> Kwitang. Lalu fokus penelitian yaitu saat terjadi pandemi Covid-19
2	Elisastra Kurniawan, Harries Madiistriyatno. Strategi Pemasaran Kopi Stralink (Kopi Keliling) Di Wilayah Jabodetabek Menghadapi Persaingan Di Era Globalisasi.	Strategi Pemasaran	Metode yang digunakan dalam memperoleh dan menganalisis data adalah metode kualitatif	Ada beberapa strategi pemasaran yang digunakan pedagang kopi di seluruh wilayah jabodetabek, berdasarkan diskusi yang telah dibahas dalam penelitian ini.	Persamaan terletak pada pembahasan mengenai <i>Starling</i>	Perbedaan terletak pada fokus penelitian yaitu strategi pemasaran sedangkan peneliti strategi nafkah

	Jurnal Cahaya Mandalika. Vol.3, No.2. 2023		dengan studi kasus.	Dengan mempertimkan semua diskusi yang telah dibahas, dapat disimpulkan bahwa pedagang kopi keliling menggunakan strategi pemasaran yang mencari tempat keramaian dan perkantoran. Target pasarnya terdiri dari masyarakat umum dari kalangan muda hingga tua. Pedagang kopi di sekitar ini juga sangat dibutuhkan oleh masyarakat umum untuk hadir saat bersantai dan bersantai.		
3	Alvina Rahma Anggraeni dan Euis Soliha. Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). Al-Tijarah. Vol. 6 No.3. 2020	Citra, persepsi	Metode yang digunakan dalam memperoleh dan menganalisis data adalah metode kuantitatif dengan teknik pengambilan sample non random sampling.	Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Semakin baik Kualitas Produk, maka Keputusan Pembelian semakin meningkat. Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Semakin baik Citra Merek, maka Keputusan Pembelian semakin meningkat. Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Semakin baik persepsi harga, maka Keputusan Pembelian semakin meningkat. Kekurangan	Persamaan terdapat pada pembahasna mengenai kopi	Perbedaan terletak pada fokus penelitian yaitu persepsi, citra, dan keputusan pembelian

				artikel ini yaitu variabel independent yang digunakan dalam penelitian ini hanya terdiri dari tiga variabel yaitu Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga		
4	Ivan Litvaj, Mário Drbúland, Miloslav Bužek. Sustainability in Small and Medium Enterprises, Sustainable Development in the Slovak Republic, and Sustainability and Quality Management in Small and Medium Enterprises. Journal of Innovation and Entrepreneurship. Vol.12, No.8. 2023	Keberlanjutan	Metode yang digunakan dalam memperoleh dan menganalisis data adalah metode kualitatif dengan analisis deskriptif	Perusahaan kecil memiliki beberapa kelemahan dibandingkan dengan perusahaan besar dan menengah, misalnya, fungsi kumulatif yang diperlukan dan sumber daya yang lebih sedikit (finansial, informasi). Kelemahan ini juga tercermin dalam manajemen mutu dalam bisnis kecil. Makalah ini juga membahas secara singkat manajemen saat ini dan menggambarkan karakteristik serta perubahannya di abad ke-21.	Persamaan terletak pada pembahasan mengenai UMKM	Perbedaan terletak pada lokasi penelitian yaitu berada di negara Slovakia dan pembahasan mengenai quality management
5	Evi Susanti, Rita Yuni Mulyanti and Lela Nurlaela Wati. MSMEs performance and competitive advantage: Evidence from women's MSMEs in Indonesia. Cogent Business & Management. Vol.10, No.2. 2023	<i>Performance, Competitive</i>	Metode yang digunakan dalam memperoleh dan menganalisis data adalah metode kualitatif dengan analisis persamaan struktural	Terdapat beberapa temuan penting dalam penelitian ini. Pertama, transformasi digital meningkatkan inovasi UMKM perempuan. Kedua, transformasi meningkatkan keunggulan kompetitif UMKM perempuan. Ketiga, transformasi digital tidak dapat meningkatkan kinerja UMKM perempuan.	Persamaan terletak pada pembahasan mengenai UMKM	Perbedaan terletak pada fokus penelitian mengenai kemampuan UMKM dalam persaingan usaha di masa depan.

				Keempat, inovasi dapat meningkatkan keunggulan kompetitif. Kelima, inovasi dapat meningkatkan kinerja UMKM perempuan. Keenam, keunggulan kompetitif dapat meningkatkan kinerja UMKM perempuan. Ketujuh, inovasi dapat menjadi mediator pengaruh transformasi digital terhadap peningkatan keunggulan kompetitif dan kinerja UMKM perempuan. Kedelapan, keunggulan kompetitif dapat memediasi dampak transformasi digital terhadap kinerja UMKM perempuan, keunggulan kompetitif juga dapat memediasi dampak inovasi terhadap kinerja UMKM. Kesembilan, transformasi digital tidak dapat meningkatkan kinerja UMKM perempuan tetapi harus dimediasi oleh inovasi dan keunggulan kompetitif. Hasil penelitian memperdalam dan memperluas Resource-Based View (RBV) dengan penerapan transformasi digital dan peran inovasi dalam		
--	--	--	--	---	--	--

				menghasilkan produk dan layanan yang unik dan berkualitas tinggi. Sehingga memiliki daya saing tinggi dan berdampak pada peningkatan kinerja UMKM yang dikelola perempuan.		
6	Kambiz Talebi, Ardalan Tanbakouchian, Ali Bozorgi Amiri. Identifying the Indicators of the Theory of Planned Behavior in Successful Entrepreneurs of Small and Medium-Sized Enterprises. Iranian Journal of Management Studies. Vol. 13, No. 3. 2023	Indikator, Teori <i>Planned Behavior</i>	Metode yang digunakan dalam memperoleh dan menganalisis data adalah metode kualitatif dengan analisis deskriptif	Berdasarkan temuan penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa pendidikan dan pelatihan yang relevan merupakan komponen paling penting yang berkontribusi terhadap pertumbuhan. Sayangnya, ada terlalu banyak pengusaha terhormat yang bekerja keras dan bersedia menerima risiko yang terkait dengan bisnis mereka untuk menciptakan lapangan kerja dan menghasilkan kekayaan, tetapi kurangnya pengetahuan akademis, pelatihan, dan perencanaan atas berbagai aspek pekerjaan mereka mendorong mereka menuju kegagalan, kerugian, dan akhirnya, kekretan. Akhirnya, dalam hal PBC, kohesi dan harmoni di antara dewan direksi, pelatihan yang tepat, pengetahuan	Persamaan terletak pada pembahasan mengenai UMKM	Perbedaan terletak pada fokus penelitian mengenai indikator dan teori <i>Planned Behavior</i>

				dan keterampilan, dan pencegahan risiko ditekankan oleh sebagian besar responden. Atas dasar ini, meskipun mengonfirmasi dampak positif indikator TPB pada kinerja pengusaha, indikator tersebut ditemukan membantu mencapai dan mempercepat pertumbuhan perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa para pengusaha yang diwawancarai dapat dipandang sebagai panutan oleh para calon pengusaha muda yang merasa perlu untuk menggabungkan pengalaman dan metode para manajer Iran yang sukses dengan model ilmiah terbaru tentang perilaku organisasi untuk mencapai kesuksesan dan pertumbuhan.		
7	Tadesse Wudu Abata and Henok Ezezew Sheferaw. Micro, small and medium enterprises and their linkage with key actors in Ethiopia: developing entrepreneurial ecosystem mapping. Journal of Innovation and Entrepreneurship. Vol. 12, No. 71. 2023	Key Actor	Metode yang digunakan dalam memperoleh dan menganalisis data adalah metode kuantitatif dengan regresi logistik	Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi faktor penentu dasar kinerja UMKM di Ethiopia dan mencoba mengemkan pemetaan ekosistem kewirausahaan untuk menghubungkan perusahaan-perusahaan tersebut dengan pemangku kepentingan	Persamaan terletak pada pembahasan mengenai UMKM	Perbedaan terletak pada fokus penelitian mengenai relasi dan aktor kunci UMKM

				terkait, yang dapat berkontribusi pada peningkatan kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah. Untuk mencapai tujuan penelitian, data primer dan sekunder telah digunakan. Data primer dari 400 perusahaan sampel dianalisis menggunakan regresi logistik terurut, dan data yang dikumpulkan dari wawancara pemangku kepentingan dianalisis menggunakan analisis deskriptif untuk mengemkan pemetaan ekosistem. Dengan demikian, lembaga akademis, seperti universitas, lembaga keuangan, seperti bank dan asosiasi kredit, LSM, seperti GIZ dan R4C, dan organisasi pemerintah merupakan aktor penting dalam kewirausahaan di Ethiopia. Akhirnya, hasil model logit terurut menunjukkan bahwa akses ke keuangan, pelatihan, dan bahan baku, pengalaman, tingkat pendidikan, dan sektoral dummy merupakan faktor signifikan secara statistik yang memengaruhi kinerja UMKM.		
--	--	--	--	--	--	--

8	Liou-Yuan, Li; Ahmad Mujafar Syah; Syukur, Muhammad; Limkanchanapa, Rachatawan; Srisurat, Chamaiporn. Sustainable Micro, Small, and Medium Enterprises: A Developed Model of Entrepreneurial Marketing Behaviors for Thailand's MSMEs. Sustainability. Vol. 15, No. 13. 2023	Keberlanjutan, Model Usaha	Metode yang digunakan dalam memperoleh dan menganalisis data adalah metode kuantitatif dengan kuesioner	Bahwa penelitian lain oleh peneliti mengeksplorasi kemandirian kapabilitas inside-out (IO) dan outside-in (OI) dalam kinerja perusahaan wirausaha pasar berkem, serta peran resource-based view (RBV) dan kapabilitas dinamis perusahaan (di mana komponen EM yang tertanam di dalamnya agak diuraikan). Penelitian ini juga menyoroti pentingnya kelincahan pemasaran dalam menerjemahkan dampak sumber daya menjadi hasil kinerja. Penelitian ini mengidentifikasi beberapa arah untuk penelitian mendatang, termasuk mengeksplorasi dampak moderasi jaringan dengan aktor sosial-politik dan dukungan kelembagaan pada kapabilitas penggerak pasar dan menyelidiki konstruk tambahan yang terkait dengan IO, OI, dan kelincahan pemasaran. Sementara teori pemasaran wirausaha saat ini meneliti konsep kelincahan pemasaran, teori ini hanya	Persamaan terletak pada pembahasan mengenai UMKM	Perbedaan terletak pada fokus penelitian mengenai Keberlanjutan, model usaha, dan pasar UMKM
---	--	----------------------------	---	--	--	--

				mendefinisikannya sebagai kondisi batas antara kapabilitas inside-out (IO) dan outside-in (OI) dan/atau daya saing perusahaan terkait sumber daya dan jaringan eksternal. Akan tetapi, penting untuk dicatat bahwa meskipun makalah ini membahas konsep kelincahan pemasaran, makalah ini tidak memberikan gambaran menyeluruh tentang teori pemasaran kewirausahaan terkini untuk ketahanan bisnis dan pemulihan bisnis pascabencana. Lebih khusus lagi, pengertian luas tentang kemampuan bisnis, RBV, dan inovasi belum sepenuhnya diuraikan menjadi tindakan pemasaran yang jelas bagi UMKM untuk menanggapi perubahan permintaan pasar pasca-COVID-19. Oleh karena itu, penelitian ini kembali mengusulkan aplikasi yang lebih terarah untuk perilaku EM dan komponen ketahanan bisnis.		
9	Iannone, Barbara; Caruso, Giulia. Sustainability and Digitalization as a Strategy for Resilience in	Keberlanjutan, Digitalisasi	Metode yang digunakan dalam memperoleh dan menganalisis data	Makalah ini memberikan kontribusi pada beberapa bagian literatur. Pertama, studi ini memberikan	Persamaan terletak pada pembahasan	Perbedaan terletak pada fokus penelitian yaitu strategi dan digitalisasi usaha di sektor kopi

	the Coffee Sector. Sustainability. Vol. 15, No. 6. 2023		adalah metode kualitatif dengan analisis deskriptif	kontribusi pada studi tentang krisis bisnis, karena memberikan informasi baru tentang bagaimana perusahaan telah menanggapi krisis yang belum pernah terjadi sebelumnya yang memengaruhi seluruh planet. Kedua, berkontribusi pada studi tentang pemunan berkelanjutan, karena memberikan informasi tentang evolusi sektor kopi, yang semakin berfokus pada keterlacakan dan keberlanjutan di seluruh rantai pasokan, hingga ke konsumen akhir. Mengenai evolusi digital, telah mengalami percepatan yang kuat dalam periode pandemi ini, terutama karena kebutuhan untuk menyediakan keberlanjutan dalam kegiatannya. Kami mengidentifikasi unsur-unsur ketahanan perusahaan kopi dalam menanggapi krisis akibat darurat COVID-19. Ketiga, studi ini memberikan masukan untuk studi manajemen strategis. Peningkatan keberlanjutan dan	mengenai usaha kopi	
--	---	--	---	--	---------------------	--

				peningkatan kinerja, karena digitalisasi progresif dalam perusahaan, merupakan pendorong penting perubahan dalam model bisnis. Keberlanjutan dan digitalisasi adalah dua kegiatan bisnis yang semakin saling mendukung. Digitalisasi memungkinkan efisiensi yang lebih tinggi karena, melalui otomatisasi proses, digitalisasi dapat mengoptimalkan banyak langkah dalam proses produksi, misalnya, mengurangi kesalahan, sehingga merasionalisasi biaya, dan meningkatkan kualitas. Selain itu, karena menawarkan kemungkinan untuk terus memantau pengukuran dampak lingkungan, hampir tanpa margin kesalahan, digitalisasi memberikan dukungan yang berharga bagi perusahaan dalam mengejar pemunculan berkelanjutan.		
10	Muh. Husriadi. Implementasi Kebijakan Pengemban Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umk) Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha (Studi Pada Usaha Mikro, Kecil Dan	Kebijakan UMKM	Metode yang digunakan dalam memperoleh dan menganalisis data adalah metode kualitatif naratif	Implementasi kebijakan pengemban UMKM dalam meningkatkan daya saing melalui program pelatihan yang dijalankan selama ini sudah dilaksanakan dengan baik namun belum	Persamaan terletak pada pembahasan mengenai UMKM	Perbedaan terletak pada fokus penelitian mengenai peningkatan daya saing UMKM

	Menengah Di Kota Kendari). 2019 (Tesis)			memberikan dampak efektif dalam mengevaluasi output setelah dilakukannya program pelatihan. Kebijakan yang dilaksanakan oleh Dinas Perdagangan, Koperasi dan UMKM Kota Kendari melalui program di rasa belum efektif. Hal tersebut terlihat dari kaidah efektifitas program yang meliputi a) Tujuan Program b) Sasaran Program c) Sosialisasi Program d)Tepat Pengelolaan dan Pembinaan e) Pemantauan Program. Dampak pelaksanaan program dapat dilihat melalui tiga elemen (1) peningkatan keterampilan sumber daya pelaku UMKM (2) Peningkatan Akses Pasar Produk pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dan (3) Peningkatan akses kredit modal usaha. Dari tiga elemen tersebut belum memberikan hasil yang maksimal dalam meningkatkan daya saing usaha yang dilakukan oleh Dinas Perdagangan, Koperasi dan UMKM kota Kendari.		
--	--	--	--	--	--	--

11	Dr.Lathifah Hanim,S.H.,M.Hum.,M.Kn. Letkol (Mar) Dr. MS. Noorman, SSos, MTr. Oprsla, M.Tr.Han. UMKM (UsahaMikro, Kecil,&Menengah) & BENTUK-BENTUK USAHA. 2018 (Buku)	Bentuk-Bentuk UMKM	Metode yang digunakan studi pustaka	UMKM memiliki posisi penting dalam perekonomian sebuah negara. Keberadaan UMKM dalam kegiatan dunia usaha dewasa ini semakin penting perannya. UMKM mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi lebih luas kepada masyarakat. Kelebihan dari buku ini adalah penjelasan yang rinci mengenai UMKM dan potensi UMKM dalam sektor ekonomi yang bisa di gali lebih dalam.	Persamaan terdapat pada pembahasan mengenai UMKM	Perbedaan terletak pada pembahasan di dalam buku yang hanya menjelaskan mengenai UMKM dan tidak ada tentang kopi
12	Andri Amin Tawakal, Ahmad Budi Lakuanine, Farhan Zikry, Hamsah Hudafi, Ahmad Hasan Basri. Ketahanan Keluarga Pedagang Kaki Lima Dalam Pemenuhan Kebutuhan di Masa Pandemi; Studi Lapangan Pedagang Kaki Lima Di Sekitar Kampus UIN Sunan Kalijaga. SALAM Jurnal Sosial dan Budaya Syar-i. Vol.7, No.1. 2021	Ketahanan keluarga	Metode yang digunakan dalam memperoleh dan menganalisis data adalah metode kualitaitaif dengan studi lapangan analisis deskriptif	Untuk menjaga ketahanan keluarga, penting untuk mempertimkan fungsi keluarga dan peran masing-masing anggota, mulai dari kasih sayang, pendidikan anak, agama, ekonomi, kesehatan, perlindungan, bersosialisasi, dan biologis dalam menjaga keturunan. Peneliti mengatakan bahwa masalah ekonomi mempengaruhi ketahanan keluarga selama Pandemi, jadi perlu kesabaran untuk memenuhi kebutuhan keluarga pedagang kaki lima.	Persamaan terletak pada pembahasan mengenai pedagang kaki lima/UMKM	Perbedaan tereletak pada fokus pembahasan yaitu mengenai ketahanan keluarga, sedangkan peneliti yaitu strategi nafkah

13	Iskandar Budiman. Analisis Potensi Perekonomian Pedagang Kaki-Lima di Kota Langsa. Jurnal Samudera Ekonomi dan Bisnis. Vol.12, No.2. 2021	Potensi perekonomian	Metode yang digunakan dalam memperoleh dan menganalisis data adalah metode kualitatif dengan analisis deskriptif	Salah satu alternatif mata pencaharian bagi orang-orang di Kota Langsa yang tidak dapat memasuki sektor formal adalah menjadi pedagang kaki-lima. Pekerjaan ini mudah diakses dan tidak membutuhkan pendidikan tinggi atau modal besar, tetapi tetap dapat menghasilkan pendapatan yang kadang-kadang melebihi sektor formal. Pemerintah Kota Langsa telah menetapkan lokasi pedagang kaki-lima sebagai bagian dari penataan keindahan kota, sehingga aktivitas keramaian kota dipusatkan pada lokasi tertentu yang dapat menjamin ketertiban dan kenyamanan pengunjung. Meskipun telah dibuat penataan pedagang kaki-lima, baik pedagang kaki-lima maupun komunitas menganggap perlu ada pengaturan tambahan untuk memastikan bahwa mereka dapat beroperasi dengan baik.	Persamaan terletak pada konsep penelitian yaitu pedagang kaki lima /UMKM	Perbedaan terletak pada lokasi penelitian yaitu di kota Langsa sedangkan peneliti di kota Jakarta Pusat.
----	---	----------------------	--	---	--	--

(Sumber: Hasil Analisis Peneliti, 2025)

1.6 Kerangka Konseptual

1.6.1 Pedagang Kopi dalam Sektor Ekonomi Informal

Ahli ekonomi Inggris Keith Hart, yang melakukan penelitian tentang aktivitas ekonomi di kota-kota Ghana, memperkenalkan konsep "sektor informal". LO kemudian menggunakan istilah ini dalam penelitian mereka di Kenya. Mula-mula, LO mengeluarkan surat kabar yang membedakan sektor informal dari formal, mengatakan "apa yang tidak ada dari sektor informal, dan yang ada di sektor formal."

Sektor ekonomi informal merupakan salah satu bagian dari bentuk perekonomian yang saat ini ada dan berkembang di berbagai belahan dunia. Ekonomi informal berisi para pekerja yang tidak mendapatkan haknya atau tidak memiliki akses kuat untuk masuk ke dalam sektor formal. Menawarkan peluang pekerjaan dan penghasilan bagi mereka yang tidak dapat mengaksesnya di pasar tenaga kerja formal, sektor ini sering dianggap sebagai respons terhadap hambatan regulasi dan ekonomi yang ada di ekonomi formal. Sektor informal semakin menarik perhatian para peneliti, pembuat undang-undang, dan praktisi ekonomi di seluruh dunia, karena merupakan bagian penting dari struktur ekonomi banyak negara dan memainkan peran penting dalam menyediakan lapangan kerja, menyediakan layanan bagi masyarakat, dan mempengaruhi dinamika pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan. Sebagian besar orang bahkan bergantung pada sektor informal sebagai sumber penghasilan mereka dalam beberapa situasi, terutama di negara-negara berkembang. Selain itu, sektor informal memiliki efek yang kompleks terhadap pertumbuhan ekonomi, distribusi pendapatan, dan kesejahteraan sosial secara

keseluruhan. Misalnya, meskipun ia dapat menyediakan peluang pekerjaan bagi kelompok marginal, ia juga sering memberikan dampak besar bagi pekerjaan yang tidak aman, produktivitas yang rendah, dan tingkat upah yang rendah.

Kontribusi sektor informal terhadap PDB dan penciptaan lapangan kerja menunjukkan peran pentingnya dalam struktur ekonomi banyak negara. Karena sifatnya yang tidak terdaftar dan seringkali tidak teregulasi, sulit untuk mengukur secara akurat kontribusi ekonomi sektor informal. Namun, tidak dapat disangkal bahwa sektor ini menyediakan peluang penting bagi penghidupan dan kewirausahaan. Meskipun memiliki banyak manfaat, sektor informal juga menghadapi banyak masalah. Ini termasuk kurangnya akses ke layanan keuangan, pendidikan, pelatihan, dan perlindungan sosial.

Meskipun memberikan kontribusi yang signifikan, sektor informal menghadapi banyak masalah yang harus ditangani. Akses terbatas terhadap layanan keuangan formal, pendidikan, dan pelatihan dapat menghambat pertumbuhan dan produktivitas sektor informal, serta meningkatkan rentan pekerja terhadap risiko ekonomi. Selain itu, karyawan di sektor informal seringkali tidak memiliki perlindungan sosial yang memadai, seperti asuransi kesehatan, pensiun, dan tunjangan pengangguran.

Salah satu pekerjaan yang masuk ke dalam kategori pekerja sektor informal adalah pedagang kopi. Pedagang kopi menjadi sebuah pekerjaan informal karena tidak adanya aturan dan kualifikasi tertentu. Setiap orang yang memiliki modal dan sehat secara fisik serta mental merupakan syarat dasar bagi seorang pedagang

kopi. Pekerjaan yang dilakukan pun cukup mudah, mereka hanya perlu berkeliling ke lokasi yang ramai untuk menunggu siapa pun membeli dagangannya. Dengan bermodalkan air panas, es batu, gelas plastik menjadikan pedagang kopi keliling tidak memerlukan fasilitas bedagang yang mahal. Dari hal-hal tersebutlah dapat dilihat bahwa berdagang kopi keliling menjadi salah satu pekerjaan di sektor informal yang cukup memiliki nilai jual di masyarakat.

1.6.2 Pedagang Kaki Lima

Istilah PKL juga disebut "pedagang kaki lima", mengacu pada orang yang menjalankan bisnis mereka dengan gerobak.³¹ Istilah ini sering ditafsirkan karena jumlah kaki pedagang yang terdiri dari lima tumpuan. Saat ini, istilah "pedagang kaki lima" juga mengacu pada pedagang di jalanan umumnya. Sebenarnya, istilah "kaki lima" berasal dari zaman kolonial Belanda. Saat itu, peraturan Pemerintah Daerah Belanda menyatakan bahwa jalan raya harus memiliki sarana untuk pejalan kaki. Lebarnya adalah lima kaki atau setengah meter. Dengan pertumbuhan ekonomi kota, pedagang kaki lima menjadi solusi yang mencakup hak mereka untuk mendapatkan rezeki di tengah kesulitan mendapatkan pekerjaan dengan mendirikan pedagang kaki lima.

Pedagang kaki lima adalah seseorang yang menjalankan bisnis perdagangan dan jasa yang melayani kebutuhan barang atau makanan. Mereka biasanya bergerak secara pribadi dengan modal yang kecil atau terbatas, menggunakan peralatan

³¹ Muhammad Rizky Siregar, (2022), Efektivitas Peran Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Dalam Pelaksanaan Penataan Pedagang Kaki Lima Di Kota Medan, *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan*, Hlm. 365.

sederhana, dan berlokasi di tempat umum (terutama di trotoar atau sebagian badan jalan) tanpa legalitas formal. Masyarakat golongan ekonomi lemah tersa berusaha untuk bertahan hidup karena kesulitan mencari pekerjaan dan kekurangan modal untuk memulai usaha. Untuk bertahan hidup, mereka mencari pekerjaan yang sesuai dengan kekuatan dan kemampuan mereka yang terbatas. Untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka, masyarakat ekonomi lemah melakukan usaha dagangan sebagai pedagang kaki lima (PKL) di kota-kota besar. Keterbatasan ini termasuk keterbatasan dalam tingkat pendidikan, kemampuan ekonomi atau modal, dan pengetahuan tentang peraturan dan tatanan yang berlaku.

Pedagang Kaki Lima biasanya menempati lokasi yang dianggap menguntungkan, seperti pusat kota, pusat keramaian, atau lokasi yang mungkin menjadi objek wisata. Pedagang kaki lima, terutama di kawasan wisata, memiliki hubungan yang dekat dengan pengunjung dan masyarakat umum. Karena pedagang kaki lima lebih mudah ditemukan daripada pedagang resmi yang memiliki toko tetap Hal ini memudahkan wisatawan dan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan eceran. Akibatnya, peran pedagang kaki lima dalam memenuhi kebutuhan masyarakat semakin penting.

1.6.3 *Livelihood Strategy*

Livelihood strategy merupakan konsep analisis mengenai bagaimana seorang individu dapat mencapai tujuan penghidupan yang ingin ia capai. Tujuan tersebut di realisasikan melalui aset-aset yang ia miliki. Analisis mengenai *livelihood strategy* sudah cukup banyak di bahas oleh para ahli. Salah satu yang terkenal adalah analisis yang di tulis oleh Ian Scoones dalam bukunya dengan judul

Sustainable Rural Livelihoods: A Framework for Analysis pada tahun 1998. Tulisan tersebut menganalisis kerangka kerja mata pencaharian berlanjutan yang di rangkai dengan lima indikator utama modal manusia. Analisis yang ada juga di fokuskan kepada bagaimana modal-modal yang ada dapat diakses sehingga mata pencaharian berkelanjutan dapat dicapai.

Tolak ukur dalam penilaian mata pencaharian adalah tingkat kemiskinan individu atau kelompok yang di teliti. Pandangan mengenai kesejahteraan dan kemampuan juga merupakan konsep utama dalam mata pencaharian. Serta bagaimana individu atau kelompok pulih dari tekan dan guncangan merupakan definisi utama dari mata pencaharian. Terakhir, mata pencaharian membahas mengenai keberlanjutan sumber daya alam sebagai modal utama seseorang. Bagaimana alam menjadi komponen kunci dalam mempertahankan produktivitas sebuah pekerjaan. Dalam menjelaskan mata pencaharian berkelanjutan, perlu adanya sumber daya dan modal yang diperlukan oleh seorang individu. Modal tersebutlah yang menjadi aset utama penggerak dalam menjalankan matapencaharian berkelanjutan agar sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Dengan menggunakan metafora ekonomi, sumber daya mata pencaharian tersebut dapat dilihat sebagai basis 'modal' yang darinya berbagai aliran produksi berasal.³²

Basis modal yang menjadi aset utama dalam mata pencaharian dijelaskan ke dalam lima bagian berikut.

³² Ian Scoones, (1998), *Sustainable Rural Livelihoods: A Framework for Analysis*, Institute of Development Studies, Hlm.7.

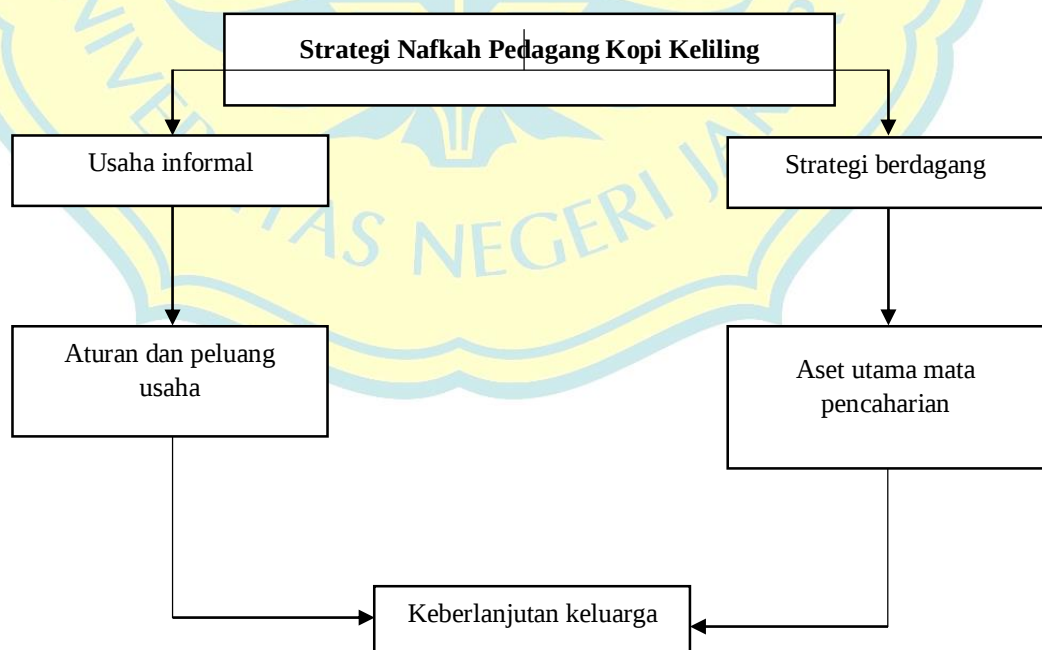
1. *Natural Capital*, merupakan sumber daya dasar yang menjadi aliran utama dalam menjalankan mata pencaharian seperti air, tanah, udara, penyerapan polusi dan siklus hidrologi.
2. *Human Capital*, menyangkut hal-hal yang berkaitan dengan diri manusia seperti keterampilan, kemampuan fisik, pengetahuan hingga kesehatan yang berfungsi mendukung tercapainya tujuan-tujuan mata pencaharian apapun.
3. *Financial Capital*, menjadi sumber alat penggerak produktivitas seperti modal uang dan kredit yang digunakan sebagai penunjang strategi penghidupan.
4. *Social Capital*, yang terdiri dari berbagai cara sosial manusia dalam mengejar strategi penghidupan seperti jaringan tuntutan sosial, asosiasi, hubungan sosial afiliasi dan berbagai jaringan sosial lainnya yang memerlukan tindakan terkordinasi.
5. *Physical Capital*, merupakan modal fisik yang digunakan sebagai penunjang agar strategi nafkah dapat berjalan dengan baik seperti alat produksi.

Dalam kaitannya dengan kerangka mata pencaharian berlanjut, terdapat beberapa kerangka utama pembahasan mengenai strategi pencaharian, yaitu intensifikasi/ekstensifikasi, diversifikasi mata pencaharian dan migrasi. Intensifikasi/ekstensifikasi berkaitan dengan bagaimana pengelolaana usaha ditingkatkan dengan memperluas area kerja maupun meningkatkan kualitas produk. Diversifikasi berkaitan dengan bagaimana suatu permasalahan yang dihadapi dalam sebuah usaha bisa di tangani dengan berbagai macam variasi produk. Sedangkan migrasi melihat bagaimana penyebab individu melakukan migrasi sampai pola

pergerakan individu dalam melakukan usaha dengan berpindah antar tempat yang berbeda.

Tentu saja, perbedaan sosial-ekonomi ada di setiap tempat, dan hal ini berdampak signifikan pada bagaimana portofolio mata pencaharian seseorang disusun. Kontras dalam kepemilikan aset, tingkat pendapatan, jenis kelamin, usia, afiliasi agama, kasta, status sosial atau politik, dan sebagainya adalah salah satu dari banyak sumbu perbedaan yang relevan. Ini dapat mencakup perbedaan dalam sumber daya mata pencaharian dasar (atau akses ke berbagai jenis "modal") atau faktor kontekstual yang lebih luas terkait dengan kerangka analisis. Dengan demikian, analisis mata pencaharian berkelanjutan menekankan bagaimana modal-modal yang dimiliki seseorang dikombinasikan dengan berbagai strategi pencaharian.

Skema 1. 1 Kerangka Konseptual



(Sumber: Hasil Analisis Peneliti, 2025)

1.7 Metode Penelitian

1.7.1 Pendekatan dan Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan metode studi kasus. Metode kualitatif adalah cara yang berbeda untuk melakukan penelitian ilmiah daripada metode kuantitatif. Meskipun prosesnya serupa, metode kualitatif bergantung pada data teks dan gambar, memiliki proses analisis data yang berbeda, dan menggunakan berbagai desain.³³ Mengidentifikasi suatu komunitas (berbagi budaya), kemudian meneliti bagaimana komunitas tersebut mengemkan kebiasaan yang berbeda secara bersamaan (etnografi). Salah satu strategi dalam metode pengumpulan data penelitian ini adalah studi kasus dengan mengamati perilaku para partisipan yang secara langsung terlibat dalam aktivitas mereka. Yin menjelaskan bahwa metode studi kasus adalah pilihan yang tepat untuk digunakan dalam penelitian. Metode ini menggunakan pokok pertanyaan penelitian *how* atau *why*, membutuhkan sedikit waktu untuk mengontrol peristiwa yang diteliti, dan fokus penelitian adalah fenomena kontemporer untuk melacak peristiwa kontemporer.³⁴

Kasus yang dikaji menjadi studi riset ini adalah strategi nafkah dalam menjaga kebrelangsungkah keluarga di tengah kota yang sangat dinamis. Adapun yang menjadi subyek dari riset ini adalah lima keluarga pedagang kopi keliling di Kampung *Starling*, Kwitang. Pendekatan studi kasus melibatkan pengumpulan data melalui observasi dan wawancara mendalam untuk memberikan gambaran

³³ John W. Creswell, J. David Creswell, (1965), *Research design : qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*, Los Angeles : SAGE, Hlm. 292.

³⁴ Robert K. Yin, (2014), *Case Study Research Design and Methods*, Canadian Journal of Program Evaluation.

keseluruhan mengenai fokus penelitian. Subyek penelitian ini adalah Lima Pedagang Kopi Keliling di Kampung *Starling*, Kwitang. Selain itu, untuk melengkapi data penelitian ini, akan dilakukan pengumpulan data melalui buku, jurnal, dan artikel terkait dalam mendukung integritas penelitian.

1.7.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di daerah Prapatan Baru, Jakarta Pusat atau lebih tepatnya berada di Kampung *Starling*. Kampung *Starling* merupakan daerah yang dihuni oleh sebagian besar pedagang kopi keliling. Waktu penelitian akan dilaksanakan pada kurun waktu bulan Juni hingga Februari

Tabel 1. 2 Waktu Penelitian

Waktu	Keterangan
Juni	Menentukan fenomena yang akan di jadi sebagai penelitian
Juni-Juli	Menentukan lokasi penelitian
Juli-Desember	Menyusun proposal penelitian
November 2024	Melakukan observasi awal di sepanjang jalan Sudirman, Jakarta Pusat. Mengamati kegiatan dan cara penjualan para pedagang serta membeli minumannya untuk mengetahui harga dan cara penyajian.
4 Januari 2025	Melakukan survey awal ke Kampung <i>Starling</i> , Kwitang dan menemui Ketua RT.001/RW.005, Kelurahan Senen untuk bertanya perizinan kegiatan penelitian
7 Januari 2025	Membuat surat perizinan kegiatan penelitian dan Menyusun daftar pertanyaan penelitian.
Januari –Mei 2025	Melakukan turun lapangan untuk pengambilan data penelitian.

(Sumber: Hasil Analisis Peneliti, 2025)

1.7.3 Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan individu atau kelompok yang akan di teliti dalam sebuah penelitian. Subjek penelitian memeberikan informasi yang akan dijadikan sebagai dasar pengelolaan data. Individu atau kelompok yang memberikan informasi kepada peneliti disebut informan. Dalam sebuah penelitian, biasanya terdapat dua jenis informan, yaitu informan kunci dan informan tambahan

Penelitian akan dilakukan kepada tiga pedagang kopi keliling yang bermukim di Kampung *Starling*, Kwitang, Jakarta Pusat. Ketiga subjek tersebut memiliki latar belakang keluarga, daerah asal, pendidikan, yang berbeda-beda. Informan kunci dalam penelitian ini yaitu lima pedagang kopi *Starling* yang bermukim di Kampung *Starling*, Kwitang. Sedangkan informan tambahan dalam penelitian ini yaitu konsumen dan masyarakat umum yang bukan bekerja sebagai pedagang kopi *Starling*. Total terdapat delapan informan yang menjadi sumber data utama langsung dalam penelitian ini dengan rincian sebagai berikut.

Tabel 1. 3 Data Informan Kunci

INFORMAN KUNCI		
Nama	Agen	Ket.Khusus
Usman	Haji Arun	Informan Kunci
Rizal	Haji Tahir	Informan Kunci
Shodikin	Haji Usman	Informan Kunci

(Sumber: Hasil Analisis Peneliti, 2025)

Tabel 1. 4 Data Informan Pendukung

INFORMAN PENDUKUNG	
Nama	Pekerjaan
Iwan	Ketua RT.01
Aji	Pedagang Kopi <i>Starling</i>
Ahmad	Pedagang Kopi <i>Starling</i>

(Sumber: Hasil Analisis Peneliti, 2025)

Tabel 1.5. Data Informan Triangulasi

INFORMAN TRIANGULASI	
Nama	Pekerjaan
Tiara	Mahasiswa
Adzikri	Guru Bimbel

(Sumber: Hasil Analisis Peneliti, 2025)

1.7.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam sebuah penelitian, pengumpulan data perlu dilakukan sebagai langkah awal dalam menganalisis sebuah fenomena. Teknik pengumpulan data bisa dilakukan dengan beberapa cara seperti Studi Pustaka, Observasi, Wawancara Mendalam dan dokumentasi. Dalam pengumpulan data perlu adanya pembagian antara data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang langsung diberikan kepada pengumpul data, sedangkan data sekunder adalah data yang dicari atau diberikan melalui sumber lain seperti pihak ketiga atau orang yang tidak berkaitan langsung dengan penelitian serta bisa juga melalui dokumen seperti buku.³⁵ Dalam hal ini, data primer penelitian bersumber dari lima pedagang kopi yang bermukim di Kampung *Starling*, Kwitang. Pengambilan data primer di lokasi tersebut diharapkan mampu menjawab fenomena mengapa berdagang kopi menjadi sebuah pekerjaan yang diminati para pendatang dan apa yang menyebabkan daerah tersebut bisa memiliki pekerjaan yang sama sebagai pedagang kopi. Lalu data sekunder di dapat dari sumber-sumber bacaan dan pengamatan seperti buku, dokumen atau sumber lain yang masih relevan.

a. Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah metode yang digunakan oleh para peneliti untuk mengumpulkan informasi tentang topik atau masalah yang sedang mereka pelajari. Metode ini digunakan untuk mencari literatur yang relevan dengan penelitian, seperti buku, tesis, disertasi, dan jurnal nasional dan internasional. Peneliti berhasil mengumpulkan 35 sumber pustaka sebagai

³⁵ Fenti Hikmawati, (2020), *Metodologi Penelitian*, Depok: Raja Grafindo.

bagian dari pengumpulan data yang terdiri dari 10 jurnal nasional, 15 jurnal internasional, 5 buku, dan 5 tesis/disertasi.

b. Observasi

Salah satu cara pengumpulan data yang dikenal sebagai observasi adalah dengan melihat atau meninjau lokasi penelitian secara langsung untuk mengetahui kondisi yang terjadi atau membuktikan validitas desain penelitian. Observasi diperlukan untuk melihat keadaan realitas dari subjek yang diteliti dan berbagai dinamikanya. Peneliti melakukan observasi di beberapa lokasi baik tempat tinggal maupun area kerja para Pedagang Kopi Keliling yang menjadi subjek penelitian seperti di Kampung *Starling* Kwitang.

c. Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam adalah metode pengumpulan data di mana peneliti meminta informasi secara lisan melalui tanya jawab dengan berbagai informan yang dapat memberikan keterangan tentang topik penelitian. Wawancara dilakukan hingga mencapai titik jenuh kedalaman data. Wawancara yang dilakukan bisa dengan formal maupun informal.

1.7.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan proses dimana data yang sudah didapatkan di kelola untuk diambil informasi yang masih relevan dengan penelitian. Pemilahan informasi dapat mencakup pemilahan informasi penting, inti permasalahan dan pola data. Setelah dilakukan pengolahan, data yang didapat lalu di jelaskan melalui narasi agar mudah dalam mengatikan antara data. Pasca penarasian data, dilakukan

proses penarikan kesimpulan untuk mencari inti dari semua data yang telah di dapatkan.

Dalam menganalisis data yang telah dikumpulkan, peneliti menggunakan teknik analisis dekriptif. Teknik analisis deskriptif sangat cocok digunakan dalam penelitian ini karna dapat menjelaskan fenomena yang terjadi di lapangan. Melalui penelusuran dan analisis mendalam, teknik analisis deskriptif mampu menghubungkan pola dan variabel berbeda. Analisis deskriptif juga mampu menjelaskan foneman yang terjadi di lapangan secara transparan dan mendalam sehingga para pembacanya dapat tergambarkan bagaimana situasi di lapangan.

Konseptualisasi, kategorisasi, dan deskripsi dalam penelitian kualitatif didasarkan pada "kejadian" yang ditemukan selama kegiatan lapangan. Karena itu, pengumpulan dan analisis data tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Keduanya terjadi secara bersamaan, prosesnya berbentuk siklus interaktif, bukan linier. Analisis terdiri dari tiga proses yang berlangsung secara bersamaan: reduksi data, penyampaian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.³⁶ Penjelasan mengenai tiga proses tersebut sebagai berikut.

a. Reduksi Data

Reduksi data adalah proses yang berfokus pada pengumpulan, penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang berasal dari catatan lapangan tertulis. Selama proyek yang berfokus pada penelitian kualitatif, data direduksi secara konsisten. Bagian dari analisis adalah reduksi

³⁶ Matthew B. Miles, A. Michael Huberman. (1992) *Analisis Data Kualitatif*, UIP.

data. Ini adalah jenis analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi data sehingga kesimpulan akhir dapat ditarik dan divalidasi. Peneliti tidak perlu mengartikan reduksi data sebagai kuantifikasi.

b. Penyajian Data

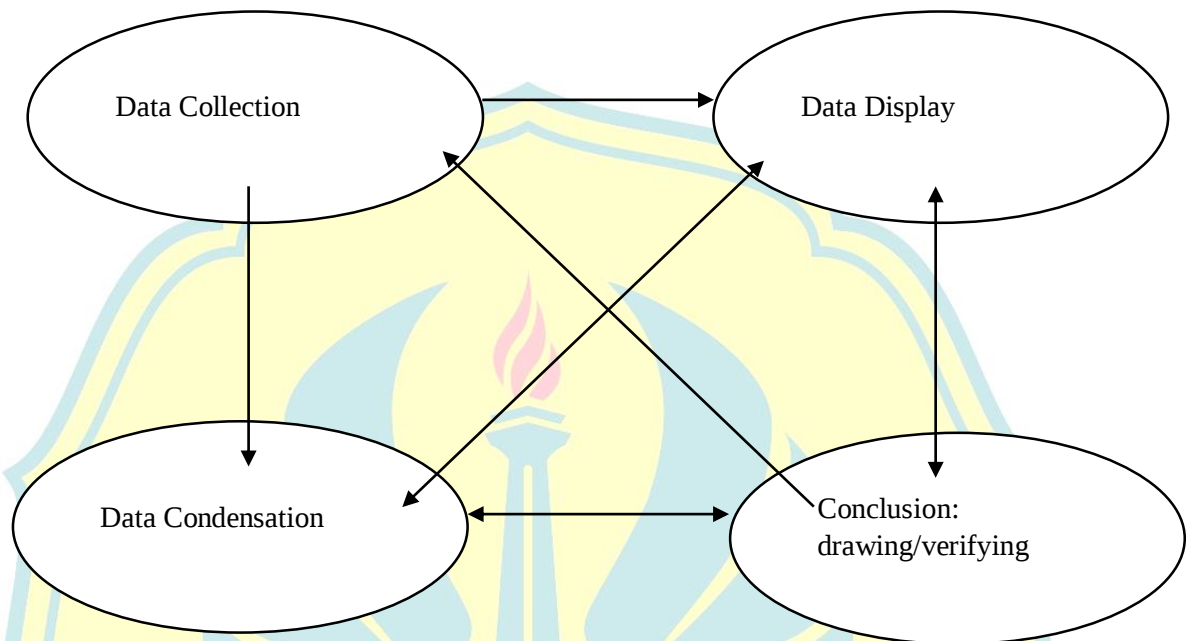
Miles dan Huberman menggambarkan penyajian sebagai sekumpulan informasi yang terorganisir yang memungkinkan pengambilan keputusan dan penarikan kesimpulan. Mereka percaya bahwa penyajian yang lebih baik meliputi berbagai jenis matrik, grafik, jaringan, dan bagan. Semuanya dimaksudkan untuk menggabungkan data yang telah disusun dalam bentuk yang mudah diakses dan mudah diakses.

c. Penarikan Kesimpulan

Menurut Miles dan Huberman, penarikan kesimpulan hanyalah sebagian dari satu tugas dari konfigurasi yang utuh. Selama penelitian berlangsung, temuan juga diverifikasi. Sebagai alternatif untuk verifikasi, hal-hal berikut dapat dilakukan: meninjau ulang catatan lapangan, mengurangi pemikiran kembali yang melintasi dalam pikiran penganalisis (peneliti) saat menulis, atau mungkin sangat menyeluruh dan membutuhkan banyak waktu untuk meninjau kembali dan bertukar pendapat dengan teman sejawat untuk mencapai keseatan intersubjektif.. Selain itu, verifikasi dapat mencakup upaya yang luas untuk menyalin hasil penelitian ke dalam berbagai kumpulan data. Singkatnya, makna yang diperoleh dari data yang lain harus diuji untuk kebenarannya, kekokohnya, dan kecocokannya, atau validitasnya. Miles dan

Huberman menggambarkan proses analisis data penelitian kualitatif sebagai berikut.³⁷

Skema 1.2 Teknik Analisis Data



(Sumber: Hasil Analisis Peneliti, 2025)

Dalam penelitian ini, analisis deskriptif dapat digunakan untuk menjelaskan latar belakang subjek yang akan diteliti seperti latar belakang pendidikan, ekonomi, sosial budaya dan motif yang mendasari setiap tindakan yang ia lakukan. Secara makro analisis deskriptif juga mampu menjelaskan berbagai informasi seperti jumlah penduduk di daerah tersebut secara mendalam. Disisi lain, analisis deskriptif menggambarkan bagaimana fenomena pedagang kopi keliling menjadi sebuah pekerjaan informal yang di gemari masyarakat. Mencari tahu secara mendalam bagaimana berdagang kopi dapat menjaga keberlangsungan fungsi-fungsi di dalam sebuah keluarga.

³⁷ *Ibid.*

Teknik analisis deskriptif juga mampu mengaitkan antara pendekatan dalam *livelihood strategy* dengan fenomena di lapanga. Pendekatan yang dilakukan adalah dengan *Sustainable Livelihood Approach* atau pendekatan penghidupan berkelanjutan. Pendekatan tersebut dapat mengidentifikasi bagaimana individu dan rumah tangga dapat menggunakan aset yang ia miliki. Aset atau modal tersebut dapat berupa modal sosial, modal manusia, modal fisik, modal alam, dan modal finansial.

Analisis deskriptif yang melibatkan pendekatan Sustainable Livelihood melalui lima aset tersebut memungkinkan peneliti memahami bagaimana strategi nafkah di dalam sebuah keluarga berjalan. Bagaimana dampak dan penggunaan secara menyeluruh modal-modal yang dimiliki oleh setiap subjek sehingga fungsi-fungsi di dalam keluarga dan masyarakat tetap berjalan.

1.7.6 Triangulasi Data

Triangulasi data merupakan metode yang digunakan dalam mencocokkan data temuan utama melalui sumber lain seperti dokumen, pihak ketiga atau orang yang berada di luar lingkup penelitian namun berinteraksi atau mengetahui tentang fenomena tersebut. Dalam hal ini, peneliti dapat menggunakan tirangulasi data dari beberapa sumber seperti jurnal, buku dan individu lain seperti ketua RT/RW, Masyarakat yang membeli kopi keliling, hingga masyarakat sekitar lokasi yang tidak menjadi subjek utama penelitian. Dengan adanya tirangulasi data, peneliti dapat mencocokkan dan mengemkan data bagaimana strategi yang dilakukan oleh seseorang dalam menjalankan fungsi-fungsi keluarganya melalui berdagang kopi keliling.

1.8 Sistematika Penelitian

Penelitian mengenai Strategi Nafkah Pedagang Kopi Keliling ini berisi tiga bagian yaitu pendahuluan, isi dan diakhiri dengan penutup. Ketiga bagian tersebut di jelaskan kembali ke dalam lima bab yang terdiri dari.

Bab satu, bab ini menjelaskan mengenai latar belakang penelitian ini dilakukan dan hal-hal apa saja yang dapat dilihat sebagai sebuah fenomena dan masalah sosial. Fenomena dan masalah sosial tersebut di tuangkan ke dalam tiga rumusan masalah dan manfaat apa yang akan di dapatkan saat penelitian ini berhasil menjawab masalah sosial tersebut. Pada bab ini juga dijelaskan tujuan dari diadakannya penelitian ini sampai dengan metode yang digunakan oleh peneliti dalam mengungkap masalah sosial yang terjadi. Keseluruhan isi di dalam bab satu bertujuan untuk menjelaskan mengapa penelitian ini penting untuk dibuat dan fokus perhatian yang akan lihat dalam penelitian ini.

Bab dua, pada bab ini diuraikan mengenai profil pedagang kopi keliling dari mulai sejarah hingga eksistensinya sampai saat ini. Bagaimana kopi keliling bisa berkem di perkotaan, peralatan yang digunakan dari awal berkerm hingga saat ini, sampai dengan pola konsumen yang membeli kopi keliling itu sendiri. Bab ini juga menjelaskan latar belakang kelima informan kunci tersebut. Terakhir, bab ini memberikan gambaran bagaimana kondisi dari kampung straling, tempat para pedagang kopi keliling itu bermukim. Penggambaran dijelaskan dari mulai bagaimana bentuk fisik kampung straling itu sendiri hingga kondisi sosial yang terjadi di dalamnya.

Bab tiga, di dalam bab tiga akan menguraikan bagaimana strategi nafkah pedagang kopi keliling bekerja. Dimulai dari bagaimana latar belakang masyarakat memilih untuk berdagang kopi keliling hingga strategi nafkah yang digunakan oleh setiap pedagang yang menjadi informan kunci. Faktor pendukung dan kendala yang di hadapi oleh setiap pedagang kopi keliling dalam merealisasikan strategi nafkah yang ia pilih. Keseluruhan penjelasan pada bab tiga ini tetap akan terikat dalam teori *livelihood strategy* yang didalamnya berisi lima modal sosial yang diperlukan dalam strategi nafkah.

Bab empat, di dalam bab empat akan menguraikan apa yang menjadi alasan utama seorang individu memilih untuk berdagang sebagai pedagang kopi *Starling* dan bagaimana strategi serta modal yang digunakan dalam mencapai tujuan penghidupan yang ingin dicapai. Setiap analisa digabungkan dengan teori dan konseptualisasi dari *livelihood strategy* sehingga data penelitian dapat tersaji sesuai konsep dan arah yang ingin di capai. Pada bab empat juga akan di uraikan mengenai refleksi kependidikan yang dapat dilihat dari seorang pedagang kopi keliling.

Bab lima, di dalam bab lima akan di uraikan mengenai kesimpulan dari penelitian yang di lakukan dan apa saja saran yang dapat diberikan kepada peneliti berikutnya dan para pemangku kepentingan. Harapannya adalah agar penelitian ini mampu memberikan referensi mengenai perkembangan kopi *Starling* dan bagaimana strategi yang ia lakukan dalam mencapai tujuan penghidupannya.