

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perekonomian Indonesia yang mengalami keterpurukan sejak tahun 1998 yang menyebabkan krisis moneter berkepanjangan. Salah satu keterpurukan ini ditandai dengan banyaknya perusahaan yang gulung tikar karena tidak mampu menyesuaikan diri dengan kondisi keuangan negara yang tidak menentu. Dengan adanya krisis ekonomi yang melanda Indonesia, banyak terjadi Putus Hubungan Kerja (PHK) pada sektor formal yang menyebabkan banyaknya pengangguran di Indonesia. Hal ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 1.1
Pengangguran di Indonesia Berdasarkan Asal Sektornya

No	Sektor	2007 (dalam %)	2008 (dalam %)	2009 (dalam %)	2010 (dalam %)
1	Pertanian	1,24	1,59	1,08	1,44
2	Pertambangan	0,24	1,59	0,16	1,36
3	Industri	2,18	3,29	3,33	3,39
4	Listrik	0,02	0,04	0,05	0,15
5	Konstruksi	0,02	0,04	1,50	1,67
6	Perdagangan	0,02	3,10	2,13	2,56
7	Keuangan	0,31	0,42	0,35	0,48
8	Jasa	1,51	1,98	1,74	1,99
9	Bukan angkatan kerja	1,51	84,87	86,06	87,09
10	Bukan Usia Kerja	1,51	1,85	2,88	2,19

Sumber: BPS (2011)

Berdasarkan asal sektornya pengangguran terbesar berasal dari sektor Industri yaitu rata-rata sebesar 3,33%, sektor Perdagangan sebesar 213%, dan sektor Jasa sebesar 2,14%. Besarnya persentase pengangguran yang berasal dari sektor Industri cukup mengkhawatirkan mengingat pangsa penyerapan tenaga kerja pada sektor ini dapat dikatakan relatif terbatas. Persentase pengangguran terbanyak dari sisi jumlah berasal dari sektor industri. Ironisnya, pangsa tenaga kerja di sektor industri itu sendiri cukup kecil. Hal ini mencerminkan lebih besarnya kegagalan shifting dari pekerja asal sektor industri dibanding pekerja asal sektor lainnya, terutama pada saat krisis. Pada saat tahun 2009, persentase pengangguran yang berasal dari orang yang sebelumnya bekerja (kena PHK) relatif tinggi. Pada tahun 2008 dan 2009, pengangguran yang berasal dari sektor Industri merupakan yang tertinggi yaitu masing-masing sebesar 84,07% dan 86,06% (Sumber : BPS, 2011).

Untuk itu perlu dikembangkan lapangan kerja pada sektor informal yang pada kenyataannya sektor ini bisa menjadi penyelamat bagi masalah ketenagakerjaan yang kita hadapi. Sektor informal itu muncul karena tidak tertampungnya pengangguran di sektor formal, sehingga para pengangguran tersebut harus berusaha menciptakan lapangan kerja bagi mereka sendiri bahkan untuk orang lain. Keunggulan dari sektor informal itu sendiri adalah mampu menyerap banyaknya angkatan kerja dan mampu menyediakan lapangan kerja baru. Sebelum masa krisis ekonomi tahun 1998, sektor formal menyerap 31,7 juta tenaga kerja dan sektor informal menyerap 53,7 juta tenaga kerja. Setelah masa krisis ekonomi tahun 2002, sektor formal menyerap

29,1 juta tenaga kerja dan sektor informal menyerap 62,4 juta tenaga kerja. Hingga saat ini tahun 2009, sektor formal menyerap 35,1 juta tenaga kerja, sedangkan sektor informal menyerap 64,8 juta tenaga kerja (Sumber : BPS, 2011). Salah satu bidang usaha informal yang banyak menyerap tenaga kerja tersebut adalah usaha perdagangan dan salah satu pelaku di bidang perdagangan ini adalah pedagang kaki lima.

Dampak krisis ini hampir dialami oleh sebagian besar penduduk kota di Indonesia, tak terkecuali di kota Surakarta. Kota Surakarta adalah kota perdagangan yang banyak menyerap tenaga kerja walaupun memiliki luas wilayah yang relatif sempit. Jumlah penyerapan tenaga kerja di sektor perdagangan khususnya pedagang kaki lima pada tahun 2001 tercatat 1.100 PKL di Kota Surakarta. Sampai tahun 2005 jumlah PKL telah mencapai 5.817. Pada tahun 2009 saat relokasi sedang dilakukan, 3917 pedagang masih beroperasi di jalan-jalan Kota Surakarta (Agus, 2011).

Banyaknya penyerapan tenaga kerja di sektor tersebut disebabkan oleh secara geografis Kota Surakarta tidak memungkinkan untuk meningkatkan taraf perekonomian di sektor agraris, mengingat sebagian wilayah Kota Surakarta merupakan kota budaya dan perdagangan. Oleh karena itu Surakarta lebih di kenal dengan kota yang kaya akan keberagaman budaya dan keberagaman keunikan wisata kuliner. Mulai dari makanan yang bersifat tradisional hingga modern semua tersedia, bahkan penggemar kuliner Indonesia harus menjelajahi dari Sabang sampai Merauke untuk mengetahui keberagaman dan keunikan kuliner khas Indonesia. Akan lebih baik jika

semua kuliner khas Indonesia disatukan di sebuah tempat yang nyaman, asri, strategis, dan diterangi oleh lampu –lampu malam yang menghiasi kota Solo.

Kota Solo terkenal akan wisata kuliner dan budaya. Salah satu potensi besar kota Solo adalah wisata kuliner. Tempat yang menjadi tujuan kuliner antara lain adalah tengkleng Pasar Klewer, susu SheJack, nasi liwet, bubur lemu, wedang dongo, bestik lidah, gudeg ceker Bu Kasno, sate sapi “Yu Rebi” dan kuliner lainnya. Sebuah terobosan baru dalam penataan Kota Solo yang dilakukan oleh Bapak Ir. H. Joko Widodo selaku Walikota Solo di kawasan Gladag telah mulai menunjukkan hasil yang memuaskan. Hal itu terlihat dari terwujudnya kawasan tempat makan di malam hari yang di beri nama GALABO. GALABO diresmikan pada malam hari tanggal 13 April 2008 oleh walikota Solo Ir. H. Joko Widodo. GALABO semakin memperkuat bahwa Kota Solo dalah Kota yang tidak pernah tidur (Agus, 2011).

Solo sangat terkenal sebagai kota yang tidak pernah tidur. Selama 24 jam, selalu saja ada aktivitas yang dapat dilakukan di Solo. Dan semuanya terjadi tanpa terburu-buru. Denyut Solo yang alon-alon (pelan-pelan) dan penuh kenikmatan khas ini memang perlu dialami sendiri. Solo memiliki peta kuliner yang sangat kaya. Makanan juga merupakan alasan utama yang membuat Solo hidup dan berdenyut selama 24 jam. Sepanjang hari dan malam, selalu ada tempat makan asyik yang dapat dijadikan sasaran.

GALABO menjadi ikon kota Solo yang merupakan salah satu tujuan wisata kuliner. Pusat jajanan malam hari ini menawarkan aneka macam makanan dan minuman khas dan tradisional yang sudah legendaris di kota

Solo. Lokasi GALABO terletak di jalan yang ditutup pada malam hari dan lokasi GALABO bersebelahan dengan patung pahlawan Slamet Riyadi yang terkenal di Surakarta. GALABO menempati jalan sepanjang 350 meter dan dari tahun 2008 semenjak berdiri sampai saat ini jumlah pedagang yang berjualan di GALABO berjumlah 75, karena jumlah kios pedagang sudah ditentukan dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Surakarta. GALABO sendiri adalah singkatan dari 3 nama, yaitu : Gladag yang berarti nama daerah, Langen yang berarti hasrat atau keinginan, dan Bogan yang berarti makan. Dari ketiga kata tersebut dapat digabung menjadi GALABO yang berarti ” jika anda ingin makan tidak perlu bingung, cukup dengan datang di Gladag semua makanan akan tersedia”.

Pemerintah melalui Kementerian Perdagangan bekerjasama dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Kota Surakarta berupaya menggarap potensi tujuan wisata kuliner dengan menaruh harapan GALABO sebagai ajang penjaja kuliner dan tempat untuk masyarakat menikmati malam di Solo, dan di lain pihak menjadi salah satu strategi pemberdaya ekonomi masyarakat di Kota Solo dan sekitarnya.

GALABO merupakan suatu wilayah di Kota Surakarta yang strategis. Daerah tersebut merupakan salah satu kawasan pedagang kaki lima yang selalu ramai dikunjungi oleh para konsumennya. Pedagang kaki lima di sekitar Gladag pada sore sampai malam hari, dari pukul 17.00 – 24.00 selalu ramai oleh para kawula muda untuk berkumpul dan seringkali mengganggu ketertiban lalu lintas di daerah tersebut. Pemerintah Kota Surakarta harus

memberikan perhatian yang lebih dalam hal Pembinaan, Penataan dan Penertiban Pedagang Kaki Lima di wilayah sekitar Gladag sehingga pedagang kaki lima tersebut akan tertib terbina, sesuai dengan peraturan pemerintah Kota Surakarta serta tertata dengan rapi dan tidak menimbulkan kerugian yang lebih besar lagi bagi masyarakat luas (Surono, 2011)..

Para pedagang kaki lima yang berada di GALABO sering dihadapkan pada persoalan tentang bagaimana mencapai keberhasilan usaha melalui optimalisasi peningkatan pendapatan yang dituangkan dalam pemilihan kombinasi dari beberapa variabel keputusan. Banyak faktor-faktor yang diduga mempengaruhi tingkat keberhasilan pedagang, termasuk diantaranya adalah modal dagang, waktu usaha, pengalaman berdagang, usia pedagang, tingkat pendidikan pedagang dan letak kios pedagang. Variabel-variabel tersebut selanjutnya akan mempengaruhi besar kecilnya permintaan yang didapat dari konsumen. Seperti yang kita ketahui bersama semakin besar permintaan yang didapat oleh pedagang maka akan semakin besar pula laba yang akan di dapat. Namun dari semua variabel yang telah disebutkan tadi, terdapat beberapa variabel yang diduga paling kuat berpengaruh terhadap tingkat keberhasilan pedagang yaitu variabel modal, waktu usaha, tingkat pendidikan pedagang dan pengalaman berdagang. Untuk itulah dengan diketahuinya pengaruh dari keempat variabel tersebut terhadap tingkat keberhasilan pedagang, diharapkan mereka dapat mengembangkan usahanya dengan mengambil kebijaksanaan yang tepat.

Maka atas dasar permasalahan di atas, penelitian ini akan menganalisis pengaruh apa saja yang berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan usaha pedagang kaki lima di GALABO (Gladag Langen Bogan) Solo Tahun 2011”

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka penulis memberikan perumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah variabel modal dagang, tingkat pendidikan, pengalaman berdagang, dan waktu usaha berpengaruh secara signifikan terhadap laba usaha pedagang kaki lima di GALABO Solo.
2. Apakah kendala dan hambatan serta potensi yang dihadapi oleh pedagang kaki lima di GALABO Solo dalam mencapai keberhasilan usaha.

C. Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh variabel modal dagang, tingkat pendidikan, pengalaman berdagang, dan waktu usaha terhadap laba usaha pedagang kaki lima di GALABO Solo.
2. Untuk mengetahui kendala dan hambatan serta potensi yang dihadapi oleh pedagang kaki lima di GALABO Solo dalam mencapai keberhasilan usaha.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin dicapai melalui studi Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Pedagang Kaki Lima di GALABO Solo adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pedagang Kaki Lima di GALABO Solo, dapat digunakan untuk mengambil keputusan yang tepat dan cermat dalam mencapai keberhasilan usahanya.
2. Bagi Pedagang Kaki Lima di GALABO Solo, dapat digunakan untuk mengambil keputusan dan langkah-langkah dalam menghadapi hambatan usahanya.
3. Bagi mahasiswa khususnya pihak-pihak yang berkepentingan, dapat memberikan informasi dalam melakukan penelitian berikutnya, khususnya jika akan diterapkan untuk studi-studi di daerah lain.

E. Metode Penelitian

1. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder.

- a. Data Primer adalah data yang diperoleh melalui observasi dan wawancara secara langsung di lapangan yang dipandu dengan daftar pertanyaan (*quisioner*) atau angket yang dibuat sesuai dengan kebutuhan penelitian. Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara langsung dengan para pedagang kaki lima.

b. Data Sekunder adalah data yang diperoleh dari literatur, buku, laporan penelitian maupun dari sumber tertulis lainnya.

2. Metode Sampling

Pengambilan data dalam penelitian ini dengan menggunakan metode sampling. Metode Sampling adalah cara yang digunakan untuk pengambilan sampel. Dengan menentukan jumlah sampel dari 75 responden pedagang kaki lima yang menjadi populasi. Setelah menentukan populasi yang akan diteliti, maka ditentukan sampel penelitian. Sampel adalah bagian populasi yang menjadi sumber data sebenarnya dalam suatu penelitian. Penentuan besarnya sampel menggunakan rumus Slovin (Sevilla, 1993)

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan : n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Nilai kritis (presentase kelonggaran ketidaktelitian karena pengambilan sampel) yang diinginkan. Nilai kritis yang ditetapkan adalah 10%.

Berdasarkan rumus diatas maka sampel yang diperoleh :

$$\begin{aligned} n &= \frac{75}{1+75(0,1)^2} \\ &= \frac{75}{1+0,75} \\ &= 42,8 \end{aligned}$$

Jumlah 42,8 adalah jumlah dalam bentuk desimal yang tidak mungkin diterapkan kepada responden. Oleh karena itu adanya pembulatan agar diperoleh jumlah yang utuh atau bulat sehingga memudahkan dalam pengambilan sampel yaitu menjadi 50 sampel berarti 50 responden. Besarnya sampel untuk masing – masing pedagang adalah sebagai berikut :

$$\text{Besarnya sampel} = \frac{\text{populasi}}{\text{total populasi}} \times \text{sampel}$$

Tabel 1.2

Besar sampel untuk masing – masing pedagang :

No	Jenis Usaha Pedagang	Populasi	Sampel
1	Pedagang sate	10	$10/75 \times 50 = 7$
2	Pedagang mie,bakso dan soto	9	$9/75 \times 50 = 6$
3	Pedagang es	5	$5/75 \times 50 = 3$
4	Pedagang steack	3	$3/75 \times 50 = 2$
5	Pedagang wedang	5	$5/75 \times 50 = 3$
6	Pedagang tengkleng	7	$7/75 \times 50 = 5$
7	Pedagang nasi rames dan penyet	9	$9/75 \times 50 = 6$
8	Pedagang roti	7	$7/75 \times 50 = 5$
9	Pedagang nasi liwet	6	$6/75 \times 50 = 4$
10	Pedagang nasi rawon	6	$6/75 \times 50 = 4$
11	Pedagang bubur	3	$3/75 \times 50 = 2$
12	Pedagang gado – gado	5	$5/75 \times 50 = 3$
	Jumlah	75	50

Pengambilan data melalui quisioner dilakukan setiap hari selasa dan rabu. Jumlah quisioner yang disebarkan sesuai dengan jumlah responden dalam penelitian ini yaitu 50 responden. Tingkat pengembalian responden adalah 100% (seratus persen). Hal ini berarti seluruh quisioner yang disebarkan oleh peneliti kepada responden diterima kembali seluruhnya untuk dianalisis.

3. Alat Analisis

- a. Untuk menjawab permasalahan pertama dalam penelitian ini digunakan alat analisis Regresi Linier Berganda dengan model *Ordinary Least Square* (OLS) adapun model yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$L_i = \alpha_0 + \alpha_1 M_i + \alpha_2 TP_i + \alpha_3 PB_i + \alpha_4 WU_i + \varepsilon_i \dots$$

Di mana :

L = Laba Usaha

M = Modal Pedagang

TP = Tingkat Pendidikan

PB = Pengalaman Berdagang

WU = Waktu Usaha

α_0 = Konstanta

α_1 - α_4 = Koefisien Regresi Linear

ε = Variabel Pengganggu

Untuk menjawab permasalahan kedua dalam penelitian ini digunakan alat analisis kualitatif deskriptif. Analisis kualitatif deskriptif adalah analisis yang dilakukan dengan cara menginterpretasikan (membaca, membandingkan) tabel, grafik ataupun data-data yang ada, kemudian melakukan pengumpulan atau penjabaran dan penafsiran dengan ataupun tanpa membandingkan indikator-indikator untuk menarik kesimpulan.

- b. Untuk menjawab tujuan penelitian kedua digunakan alat analisis SWOT. Analisis SWOT adalah analisis yang digunakan untuk

mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu spekulasi bisnis. Analisa SWOT diterapkan dengan cara menganalisis dan memilah berbagai hal yang mempengaruhi keempat faktornya, kemudian menerapkannya dalam gambar matrik SWOT, dimana aplikasinya adalah bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu mengambil keuntungan (*advantage*) dari peluang (*opportunities*) yang ada, bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weaknesses*) yang mencegah keuntungan (*advantage*) dari peluang (*opportunities*) yang ada, selanjutnya bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu menghadapi ancaman (*threats*) yang ada, dan terakhir adalah bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weaknesses*).

F. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini menguraikan tentang teori-teori yang relevan yang dipilih dari berbagai sumber tertulis yang mendukung penelitian, hasil-hasil penelitian yang relevan yang telah dilakukan sebelumnya.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi mengenai jenis dan sumber data, definisi operasional variabel, model dan metode analisis data, uji statistik dan uji asumsi klasik.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi tentang gambaran umum dari objek penelitian, data yang diperoleh, analisis data, hasil analisis penelitian dan pembahasannya, pembuktian hipotesis serta inteprestasi.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran yang perlu disampaikan.