

STRATEGI BERTAHAN HIDUP PEDAGANG KAKI LIMA DI MASA PANDEMI DI KECAMATAN WONOGIRI

Wicaksono Tri Wisnu Pamungkas, Drs. Priyono, M.Si.
Fakultas Geografi, Universitas Muhammadiyah Surakarta
E-mail: E100170035@student.ums.ac.id

Abstrak

Pedagang kaki lima didefinisikan sebagai usaha kecil dengan pendapatan rendah dan modal terbatas. Pedagang kaki lima menggunakan infrastruktur perkotaan, ruang sosial, ruang publik, tanah dan juga bangunan pemerintah atau swasta di mana mereka tidak didirikan. Keberadaan pedagang kaki lima di perkotaan bukanlah sekelompok masyarakat yang tidak dapat masuk ke dalam sektor ekonomi perkotaan. Sarana penjualannya berupa kios, tenda atau tempat barang yang ditawarkan kepada pembeli secara melintang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji dampak sosial ekonomi yang dialami oleh para pengusaha untuk menggali strategi bertahan hidup pedagang kaki lima. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah stratified quota sampling yang dilakukan dengan pengambilan sampel kuota pada masing-masing pedagang kaki lima. Populasi penelitian ini adalah pedagang kaki lima dengan jumlah 76 responden yang terbagi menjadi tiga utama yaitu makanan, minuman dan aksesoris. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, pedagang kaki lima memiliki ciri khas yang didominasi oleh laki-laki yang rata-rata berusia 31-40 tahun, termasuk usia kerja produktif. Pandemi Covid-19 menimbulkan kendala bagi pedagang kaki lima. Kendala yang dihadapi pedagang kaki lima di masa pandemi Covid-19 sebagian besar merupakan dampak dari Covid-19, yaitu berkurangnya daya beli konsumen akibat pembatasan sosial yang diberlakukan oleh kebijakan pemerintah, kenaikan harga bahan baku untuk usaha yang mengakibatkan masalah, sulitnya distribusi dan produksi oleh produsen selama pandemi yang menyebabkan kenaikan harga bahan baku. Kompleksitas komoditas menjadi kendala ketiga bagi pedagang kaki lima, karena sistem distribusinya kompleks karena keterbatasan interaksi sosial. Pandemi Covid-19 juga memberikan dampak ekonomi yaitu penurunan pendapatan. Kebijakan pemerintah memaksa PKL menggunakan strategi bertahan hidup untuk menjamin kelangsungan usahanya. Strategi pemasaran yang dilakukan pedagang kaki lima menggunakan media sosial dan menaikkan harga barang. Strategi mengurangi jam buka juga digunakan Pedagang kaki lima untuk menekan kerugian akibat melemahnya daya beli konsumen.

Kata kunci: Survival strategy, PKL, Covid-19, Dampak ekonomi.

Abstract

Street vendors are defined as small businesses with low income and limited capital. Street vendors use urban infrastructure, social spaces, public spaces, land as well as government or private buildings where they are not established. The existence of street vendors in urban areas is not a group of people who cannot enter the urban economic sector. The means of selling are in the form of kiosks, tents or places where goods are offered to buyers transversely. The purpose of this study is to examine the socio-economic impacts experienced by entrepreneurs to explore the survival strategies of street vendors. This study used qualitative research methods. The technique used in this study was stratified quota sampling which was carried

out by taking quota samples from each street vendor. The population of this study were street vendors with a total of 76 respondents who were divided into three main categories, namely food, drinks and accessories. Based on the research results obtained, street vendors have characteristics that are dominated by men who are on average 31-40 years old, including productive working age. The Covid-19 pandemic created obstacles for street vendors. The obstacles faced by street vendors during the Covid-19 pandemic were mostly the impact of Covid-19, namely reduced consumer purchasing power due to social restrictions imposed by government policies, rising prices of raw materials for businesses which caused problems, difficulties in distribution and production by producers during the pandemic which caused an increase in raw material prices. Commodity complexity is the third obstacle for street vendors, because their distribution system is complex due to limited social interaction. The Covid-19 pandemic also had an economic impact, namely a decrease in income. Government policies force street vendors to use survival strategies to ensure their business continuity. The marketing strategy carried out by street vendors uses social media and increases the price of goods. The strategy of reducing opening hours was also used by street vendors to reduce losses due to weak consumer purchasing power.

Keywords: Survival strategy, street vendors, Covid-19, ekonomi cimpact

1. PENDAHULUAN

Covid-19 adalah epidemi global yang berdampak besar pada kehidupan manusia dan masyarakat. Virus ini diketahui telah menyebar luas ke beberapa negara sehingga menyebabkan pandemi global yang masih berlanjut hingga saat ini. Gejala Covid-19 sendiri biasanya ditandai dengan gejala seperti demam 38°C dan sesak napas. Keberadaan pedagang kaki lima di perkotaan bukanlah sekelompok masyarakat yang tidak dapat masuk ke dalam sektor ekonomi perkotaan. Metode penjualan dalam bentuk kios juga digunakan oleh pedagang kaki lima. Pedagang kaki lima ini sendiri kini menjadi perhatian pemerintah Kabupaten Wonogiri. Selain itu, di tengah pandemi Covid-19 yang masih berlangsung, PKL harus siap menghadapi segala perubahan yang terjadi dan mampu menerapkan berbagai cara dan strategi untuk bertahan dalam kondisi sulit akibat pandemi Covid-19. Aktivitas ekonomi banyak yang terhenti, sehingga membuat proses produksi, distribusi, dan konsumsi tersendat.

Di masa pandemi Covid-19, PKL harus memiliki strategi bertahan hidup untuk menghadapinya dan juga berusaha menstabilkan pendapatannya untuk terus menghasilkan keuntungan. Strategi merupakan rencana prioritas untuk mencapai tujuan, yang berarti rencana yang harus dimiliki oleh PKL Kabupaten Wonogiri untuk bertahan dalam kondisi sulit di sekitarnya. Strategi yang dapat dilakukan pedagang kaki lima untuk memerangi pandemi Covid-19 antara lain mempersingkat jam buka, mengurangi jumlah barang, menaikkan harga produk, mengadakan lelang produk dan mempromosikan produk melalui media massa. Di masa krisis ini, merupakan waktu yang tepat bagi PKL untuk meningkatkan

kualitas produk dan pelayanannya kepada konsumen. Oleh karena itu, PKL harus membedakan produk dan penawarannya berdasarkan persepsi konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dampak ekonomi dan strategi apa yang harus dilakukan oleh pedagang kaki lima di Kabupaten Wonogiri selamapandemi covid-19.

2. METODE

2.1 Metode Pengambilan Sampel

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Peneliti ingin mengetahui gambaran keseluruhan strategi bertahan hidup PKL selama masa pandemi Covid-19 di Kabupaten Wonogiri. Selain itu, dilakukan analisis mendalam dengan analisis data pemodelan interaktif yang disajikan secara deskriptif. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei secara langsung ke lokasi penelitian dan wawancara berdasarkan daftar pertanyaan dalam kuesioner. Metode pengambilan sampel untuk penelitian ini adalah *Stratified Quota Sampling* yang dilakukan dengan memberikan kuota sampel untuk setiap strata pedagang kaki lima. Untuk menentukan ukuran sampel yang dibutuhkan dari populasi sejumlah 313 digunakan rumus Slovin, sebagai berikut :

$$n = N / (1 + (N \times e^2)) \quad (1)$$

Berdasarkan rumus di atas, maka sampel yang diperlukan yakni sejumlah:

$$n = 313 / (1 + (313 \times 0,1^2))$$

$$n = 76$$

Tabel 1. Jumlah Sampel Pedagang Kaki Lima di Kecamatan Wonogiri.

Jenis Dagangan	Quota Sampel
Minuman	29
Makanan	34
Aksesoris	13
Jumlah	76

Sumber : Data Primer, 2021

2.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei lapangan dan wawancara langsung dengan responden PKL di Kabupaten Wonogiri untuk mengumpulkan informasi dan mendapatkan informasi yang akurat. Tabel silang dan tabel frekuensi digunakan dalam metode analisis data. Tabel frekuensi adalah tabel yang menyajikan statistik

berkelompok dimana setiap data dikelompokkan ke dalam interval kelas. Tentukan klasifikasi yang baik untuk papan silang.

$$\frac{\text{jumlah per variabel} \times 100\%}{\text{jumlah total variabel}} \quad (2)$$

Tabel 2. Perhitungan Frekuensi

X (Variabel yang akan dicari)	Frekuensi	Persentase
Jumlah	X	100

Sumber : Sofian Effendi, 2012

Tabel silang merupakan adalah korelasi yang digunakan untuk melihat hubungan antar variabel (minimal dua variabel), salah satunya berperan sebagai variabel yang mempengaruhi dan yang lainnya sebagai efektor.

Tabel 3. Perhitungan Silang

P	X		Y		Z	
	F	%	F	%	F	%
jumlah					X	100

Sumber : Sofian Effendi, 2012

2.3 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan tabulasi silang dan tabel frekuensi. Tabel frekuensi adalah tabel yang menyajikan data statistik, dimana semua data dikelompokkan ke dalam kelas-kelas interval. Berdasarkan hasil observasi, wawancara dan dokumentasi, disusun dengan cara yang mudah dipahami. Kegiatan analisis data kualitatif meliputi reduksi data, display data, penarikan/konfirmasi kesimpulan.

- Reduksi data (Data reduction), tujuan reduksi data adalah untuk memudahkan penyajian data dan informasi yang diperoleh di lapangan. Reduksi data juga berfungsi dalam analisis data sehingga data dikumpulkan dan informasi penting disederhanakan.
- Penyajian data (Data Display), penyajian informasi disajikan sebagai gambaran dan dipadukan dengan fakta berupa dokumen yang berkaitan dengan fenomena penelitian yang diperoleh peneliti.
- Penarikan kesimpulan/konfirmasi adalah proses dimana peneliti mencari makna, penjelasan, pola, kausalitas, dan juga proposisi.

- Pendekatan geografis, penelitian ini menggunakan pendekatan spasial. Pendekatan spasial berfokus terutama pada fenomena aktivitas manusia yaitu aktivitas pedagang kaki lima di kabupaten Wonogiri dalam menjalankan aktivitasnya. Pendekatan spasial adalah perspektif atau kerangka analisis yang menekankan kehadiran ruang sebagai penekanan. Dengan menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif ini diharapkan dapat menjelaskan strategi bertahan hidup pedagang kaki lima.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Karakteristik Pedagang Kaki Lima

a) Jenis Kelamin

Jenis kelamin adalah perbedaan bentuk, sifat, dan fungsi biologis antara dua jenis kelamin yang menentukan peran yang berbeda dalam mengatur usaha keturunan untuk melanggengkan diri. Hal ini disebabkan karena manusia memiliki alat reproduksi yang berbeda dan disebut organ reproduksi.

Tabel 4. Frekuensi Jenis Kelamin Pedagang Kaki Lima

Jenis Dagangan	Jenis Kelamin	f	Persentase (%)
Makanan	Laki-laki	18	53
	Perempuan	16	47
	Jumlah	34	100
Minuman	Laki-laki	17	59
	Perempuan	12	41
	Jumlah	29	100
Aksesoris	Laki-laki	5	38
	Perempuan	8	62
	Jumlah	13	100
Jumlah Total Responden		76 Responden	

Sumber : Data Primer, 2021

Berdasarkan hasil Tabel 3.1 frekuensi jenis kelamin pedagang kaki lima di Kecamatan Wonogiri didominasi oleh laki-laki yang bergerak di bidang makanan, minuman dan jasa, sedangkan perempuan hanya bergerak di bidang asesoris. Fakta bahwa laki-laki mengendalikannya adalah tulang punggung keluarga untuk memenuhi kebutuhan. Sebagian besar bisnis proyek adalah pekerjaan inti. Pada masa pandemi terjadi hambatan dan gangguan pada perekonomian sektor informal seperti permodalan, bahan baku, distribusi yang dapat berlangsung lama karena sistem PPKM yang diterapkan oleh pemerintah menghambat proses

penjualan pedagang kaki lima.

b) Usia Pedagang Kaki Lima

Usia pedagang kaki lima di Kecamatan Wonogiri memiliki usia yang bervariasi dari usia 20-30 tahun, 31-40 tahun, 41-50 tahun, 51-60 tahun dan >60 tahun. Berikut merupakan data usia pedagang kaki lima berdasarkan jenis dagangannya.

Tabel 5. Frekuensi Usia Pedagang Kaki Lima di Kecamatan Wonogiri

Usia	Jenis Dagangan						Jumlah	
	Makanan		Minuman		Aksesoris			
	f (jiwa)	(%)	f (jiwa)	(%)	f (jiwa)	(%)	f	(%)
20-30 th	6	7,9	9	11,8	9	11,8	24	31,6
31-40 th	12	15,8	12	15,8	3	3,9	27	35,5
41-50 th	9	11,8	6	7,9	1	1,3	16	21
51-60 th	3	3,9	2	2,6	0	0	5	6,7
>60 th	4	5,3	0	0	0	0	4	5,2
Total							76	100

Sumber : Data Primer, 2021

Hasil tabel 3.2 frekuensi usia pedagang kaki lima, usia pedagang kaki lima di usia 31-40 tahun memiliki persentase terbesar dengan 35,5% yang merupakan usia produktif untuk mencari penghasilan. Usia >60 tahun menjadi persentase terendah dengan 5,2% karena faktor usia yang harus membuat pedagang di usia itu lebih memilih mementingkan kesehatan dirinya.

c) Jenis Dagangan

Beragam jenis dagang yang diperdagangkan oleh pedagang kaki lima untuk mendapatkan pendapatan, yang hal tersebut menyebabkan adanya perbedaan pendapatan yang diperoleh. Jenis dagang tersebut misalnya makanan, minuman dan aksesoris.

Tabel 6. Frekuensi Jenis Dagangan Pedagang Kaki Lima

No	Jenis Dagangan	F (Jiwa)	(%)
1	Makanan	34	45
2	Minuman	29	38
3	Aksesoris	13	17
Jumlah		76	100

Sumber : Data Primer, 2021

Berdasarkan Tabel 3.3 dibedakan tiga jenis barang yaitu makanan, minuman dan aksesoris. Makanan dan minuman yang dijual pedagang kaki lima dominan ditemukan di

Kecamatan Wonogiri. Pedagang aksesoris yang menjual barang-barang seperti masker, kaos kaki, dll ditemukan hanya sedikit dari jumlah responden yang ditemukan di daerah penelitian.

d) Modal Awal

Modal awal adalah titik awal bagi pemilik usaha untuk membangun bisnis mereka. Di sektor informal, dapat dikatakan bahwa modal awal usaha tidak membutuhkan modal yang besar, sehingga memudahkan sebagian orang dengan standar ekonomi yang lebih rendah dan mereka yang masih berada di bawah garis kemiskinan untuk terlibat dalam kegiatan perdagangan di sektor informal.

Tabel 7. Frekuensi Modal Awal Pedagang Kaki Lima di Kecamatan Wonogiri

No	Modal Awal	f	(%)
1	< Rp 1.000.000	58	76
2	Rp 1.000.000 – Rp 5.000.000	18	24
Jumlah		76	100

Sumber : Data Primer, 2021

Modal awal yang dikeluarkan pedagang kaki lima yang berada di kisaran <Rp1.000.000 dengan total 58 responden dengan persentase 76% yang menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang kaki lima mendirikan usaha dagangnya tidak perlu memerlukan biaya yang cukup besar. Modal awal Rp1.000.000-5.000.000 dengan persentase 24% menunjukkan bahwa terdapat pedagang yang memulai usaha dagangnya dengan modal awal di kisaran Rp1.000.000-Rp5.000.000.

e) Waktu Dagang

Lamanya waktu berdagang membuat pedagang semakin meraup keuntungan. Semakin lama berdagang maka keuntungan yang akan diperoleh akan semakin banyak pula akan tetapi tenaga yang dikeluarkan juga semakin bertambah. Berikut merupakan data lama waktu berdagang yang digunakan PKL di Kecamatan Wonogiri.

Tabel 8. Lama Waktu Berdagang Pedagang Kaki Lima Di Kecamatan Wonogiri

Waktu Berdagang	Jenis Dagangan						Jumlah	
	Makanan		Minuman		Aksesoris			
	f (jiwa)	(%)	f (jiwa)	(%)	f (jiwa)	(%)	f	(%)
3 Jam	<3	4	6	7,8	0	0	9	12
3-5 Jam	12	15,7	11	14,4	6	6,7	29	38
>5 Jam	19	25	12	15,7	7	9,2	38	50
Total							76	100

Sumber : Data Primer, 2021

Lama waktu berdagang yang dilakukan oleh pedagang kaki lima di Kecamatan Wonogiri bervariasi. Berdasarkan hasil tabel 3.5 lama waktu berdagang, pedagang kaki lima dengan waktu operasional berdagang <3 jam dalam sehari sebesar 12% menjadi persentase terendah. Pedagang kaki lima yang menggunakan waktu berdagang 3-5 jam dalam sehari memiliki persentase 38%. Pedagang kaki lima dengan menggunakan waktu berdagang >5 jam sehari memiliki persentase terbesar dengan 50% yang dimana pedagang kaki lima semakin lama waktu operasionalnya semakin banyak meraup keuntungan.

3.2 Dampak Sebelum dan Adanya Pandemi Covid-19

Dampak wabah Covid-19 terhadap aktivitas PKL dengan munculnya wabah Covid-19 telah mempengaruhi banyak aktivitas masyarakat di ruang publik. Aktivitas masyarakat di ruang publik yang dibatasi oleh kebijakan pembatasan sosial negara melumpuhkan perekonomian masyarakat, termasuk pedagang kaki lima. Pedagang kaki lima yang mengetahui tentang virus pernapasan Covid-19, yang dapat menyebar melalui kontak langsung. Pedagang tetap berjualan sesuai kebutuhan dan mengikuti praktik sehat, seperti memakai masker saat berjualan. Kebijakan pemerintah menyebabkan perubahan interaksi sosial dan bisnis, informasi mengenai dampak pandemi Covid-19 terhadap pedagang kaki lima.

Tabel 9. Pengaruh Adanya Pandemi Covid-19 Terhadap Aktivitas Pedagang Kaki Lima di Kecamatan Wonogiri

No	Tingkatan	f (jiwa)	(%)
1	Iya	76	100
2	Tidak	0	0
Jumlah		76	100

Sumber: Data Primer, 2021

Berdasarkan pada tabel 3.6, seluruh PKL di Kecamatan Wonogiri menyatakan bahwa pandemi Covid-19 berdampak signifikan terhadap usaha. Mobilitas PKL mengalami penurunan akibat kebijakan yang membatasi interaksi sosial di ruang publik. Konsekuensi dari wabah virus Covid-19 telah mempengaruhi banyak sektor, baik formal maupun informal. Di sektor informal, khususnya UKM seperti pedagang kaki lima, dampaknya terhadap kelangsungan usahanya sangat tinggi. Kelangsungan hidup sektor informal sangat bergantung pada pendapatan harian. Penjualan pedagang sangat terpukul oleh praktik yang membatasi interaksi sosial.

- a) Permasalahan atau Hambatan yang Dihadapi Pedagang Kaki Lima Saat Pandemi Covid-19

Permasalahan yang diakibatkan oleh pandemi Covid-19 membuat pedagang kaki lima kesulitan dalam menjalankan usahanya. Masalah itu sendiri merupakan hambatan atau halangan atau suatu keadaan yang kehadirannya tidak dikehendaki, yang menghambat jalannya usaha. Berikut adalah tabel permasalahan yang dihadapi PKL di Kabupaten Wonogiri.

Tabel 10. Permasalahan Dan Hambatan Yang Dialami Oleh Pedagang Kaki Lima Pada Saat Pandemi Covid-19

Faktor Penghambat	Jenis Dagangan						Jumlah	
	Makanan		Minuman		Aksesoris			
	f (jiwa)	(%)	f (jiwa)	(%)	f (jiwa)	(%)	f (Jiwa)	(%)
Kesulitan akan bahan baku usaha	12	15,7	5	6,5	2	2,63	19	25
Naiknya harga bahan baku	18	23,6	8	10,5	4	5,2	25	33
Penurunan daya beli dari konsumen	21	27,6	9	7,8	2	2,6	32	42
Total							76	100

Sumber : Data Primer, 2021

Hambatan yang dialami oleh PKL pada pandemi covid-19 dari dampak adanya covid-19 yaitu penurunan daya beli konsumen dengan 32 responden pedagang kaki lima terdampak dengan persentase 42% karena adanya pembatasan sosial dari kebijakan pemerintah, naiknya harga bahan baku usaha dengan urutan persentase kedua hambatan yang dialami oleh pedagang kaki lima dengan 33% karena susahnya distribusi serta produksi dari produsen pada saat pandemi yang menyebabkan naiknya harga bahan baku. Kesulitan akan bahan baku menjadi hambatan yang ketiga bagi para pedagang kaki lima dengan persentase 19% karena sistem distribusi yang sulit dikarenakan pembatasan interaksi sosial.

b) Dampak Ekonomi Pedagang Kaki Lima Terhadap Pendapatan Yang Diperoleh

Dampak ekonomi yaitu menjadi bagian yang paling terdampak bagi pedagang kaki lima di Kecamatan Wonogiri. Adanya pembatasan interaksi sosial membuat hal tersebut menjadi pengaruh naik turunnya pendapat yang mereka hasilkan. Berikut tabel data naik dan turunnya pendapatan pedagang kaki lima.

Tabel 11. Dampak Ekonomi Yang Dirasakan Pedagang Kaki Lima Terhadap Pendapatan Yang Diperoleh

Dampak	Jenis Dagangan						Jumlah	
	Makanan		Minuman		Aksesoris			
	f (jiwa)	(%)	f (jiwa)	(%)	f (jiwa)	(%)	f	(%)
Menurunnya Pendapatan	34	44,7	29	38	8	10,6	71	93
Kenaikan Pendapatan	0	0	0	0	5	6,6	5	7
Total							76	100

Sumber :Data Primer, 2021

Tabel 3.8 menunjukkan bahwa sebanyak 93% pedagang kaki lima merasakan dampak yang signifikan terhadap perolehan pendapatan. Adanya kebijakan pembatasan sosial menyebabkan kurangnya daya beli di kalangan konsumen. Kenaikan pendapatan dirasakan oleh 7% pangsa penjual aksesoris, karena penjual aksesoris tidak terlalu terpengaruh karena bisa melakukan pemasaran online melalui media massa dan menjual masker yang banyak diminati.

c) Strategi Bertahan Hidup Pedagang Kaki Lima

Strategi bertahan hidup adalah cara atau usaha PKL untuk mencapai tujuan tertentu dan mempertahankan keberlangsungan usahanya, dengan begitu memungkinkan PKL untuk terus melanjutkan usahanya, sehingga diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan keluarganya. Pedagang kaki lima di Kecamatan Wonogiri menerapkan strategi bertahan hidup dengan mengurangi jam buka, mengurangi kuantitas produknya, menaikkan harga jual, mengadakan promo harga, mengiklankan produknya melalui media massa. Strategi bertahan hidup yang digunakan pedagang kaki lima di Kabupaten Wonogiri disajikan dalam bentuk tabel berikut.

Tabel 12. Strategi Bertahan Hidup Pedagang di Kecamatan Wonogiri

No	Strategi Bertahan Hidup	f (Jiwa)	(%)
1	Menambah Jam operasional	16	21
2	Mengurangi jumlah barang dagangan	34	45
3	Mengurangi jam operasional	6	8
4	Mengadakan promo harga dagangannya	8	11
5	Mempromosikan dagangan melalui media massa	12	15
Jumlah		76	100

Sumber : Data Primer, 2021

Hasil dari Tabel 3.9 adalah strategi bertahan hidup yang diterapkan PKL di Kabupaten Wonogiri, strategi pengurangan jumlah barang paling banyak dilakukan sebelum pandemi dan selama pandemi yaitu dengan persentase 45%. Menimalkan modal yang terlibat agar tidak terlalu banyak rugi akibat penurunan daya beli konsumen. Adanya pandemi Covid-19 sangat mempengaruhi transaksi jual beli, memaksa PKL menerapkan strategi pengurangan jumlah barang. Pedagang kaki lima juga menerapkan strategi memperpanjang jam buka. Meski ada larangan, PKL berinisiatif membuka usaha lebih awal untuk memaksimalkan waktu. Dengan membuka lebih awal dan membuka lebih lama, setidaknya pedagang kaki lima dapat mengurangi kerugian mereka, menunjukkan bahwa ini adalah strategi kedua yang paling banyak digunakan oleh pedagang kaki lima setelah kehabisan stok. Mempromosikan barang melalui media massa dengan tarif 15% juga merupakan strategi PKL karena memungkinkan mereka menjangkau khalayak yang lebih luas melalui media massa. Dengan demikian, konsumen dapat lebih mudah mengakses kebijakan pembatasan komunikasi sosial pihak berwenang. PKL juga menerapkan kenaikan harga 11 persen untuk menarik konsumen. Pedagang kaki lima menggunakan tahap ini karena semakin menarik penawarannya maka konsumen akan semakin tertarik untuk membeli produknya. Pengurangan lebih lanjut sebesar 8% pada jam buka usaha karena pembatasan jam buka pemerintah. Pedagang juga mengurangi jam buka untuk menghemat biaya operasional. Ada juga alasan sehat untuk mempersingkat jam buka PKL di Kabupaten Wonogiri Dalam studi ini, sebagian besar atau sebagian besar pengusaha menempatkan kantor mereka di pusat kota yang sesuai atau strategis secara komersial. Daya beli konsumen, sangat berpengaruh karena sebagian besar konsumen sangat memperhatikan harga yang menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli suatu barang. Data mengenai lokasi yang dipilih pedagang kaki lima untuk lokasi berjualan di Kecamatan Wonogiri dalam tabel 3.10 di bawah ini.

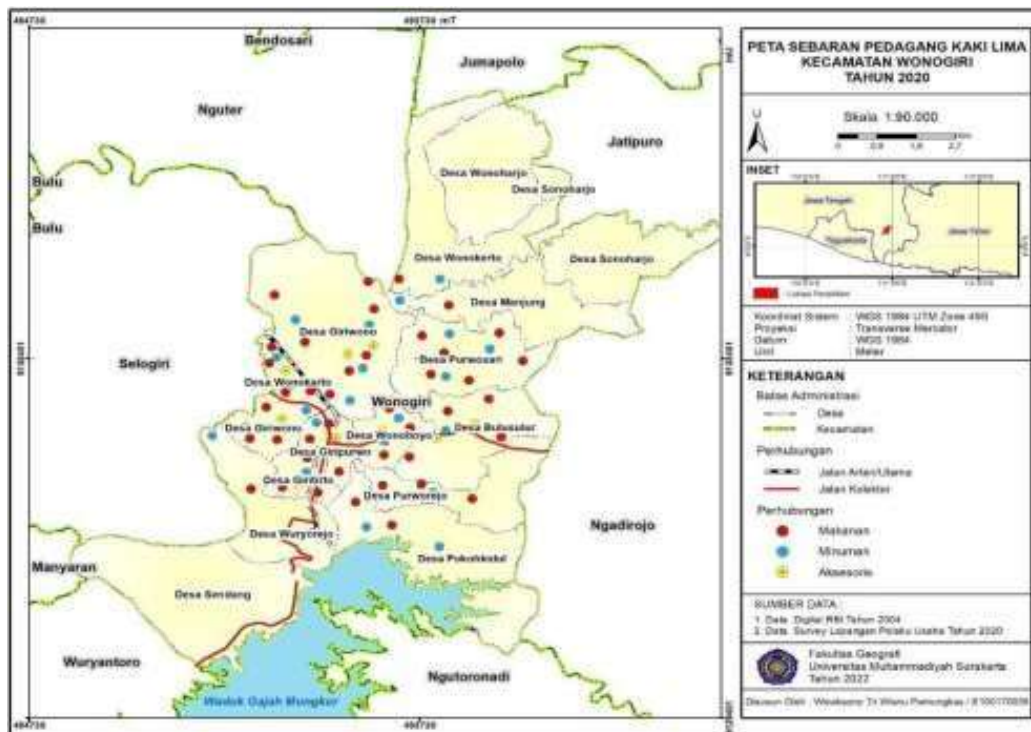
Tabel 13. Data Lokasi yang Dipilih Pedagang Kaki Lima untuk Lokasi Berjualan

No	Alasan	f (Jiwa)	(%)
1	Dekat dengan pusat keramaian / pusat kota	47	62
2	Letak strategis dan mudah dijangkau	26	34
3	Tempat berjualan dekat dengan rumah	3	4
Jumlah		76	100

Sumber : Data Primer, 2021

Hasil dari tabel 13 mengenai lokasi yang dipilih pedagang kaki lima yaitu dekat dengan pusat keramaian / pusat kota memiliki persentase paling besar yaitu 62% karena di pusat kota

memberikan banyak peluang bagi pedagang kaki lima untuk berjualan karena di pusat kota banyak konsumen yang membutuhkan pedagang kaki lima untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya. Terdapatnya banyak aktivitas di pusat kota membuat hal tersebut menjadi alasan banyak pedagang kaki lima memilih pusat kota untuk lokasi berjualannya. Selain itu, alasan distribusi barangnya. Letak strategis dan mudah dijangkau dengan persentase terbesar kedua yakni dengan persentase sebesar 26% yang beralasan hal tersebut dapat membantu konsumen untuk lebih mudah menemukan lokasi pedagang kaki lima.



Gambar 1. Peta Sebaran Pedagang Kaki Lima di Kecamatan Wonogiri

Berdasarkan hasil peta sebaran pedagang kaki lima di Kecamatan Wonogiri, pedagang kaki lima rata-rata memilih tempat dagang di wilayah dekat dengan pusat kota. Alasan pedagang kaki lima memilih dekat dengan pusat kota, karena banyak aktivitas yang dilakukan masyarakat di pusat kota. Terdapat alun-alun kota, shelter bis dan pasar tradisional. Pedagang kaki lima memanfaatkan hal tersebut dengan membuka usaha dagangnya. Lokasi yang mudah dijangkau karena letaknya di pusat kota, menjadi alasan untuk mendirikan usaha. Desa Giriwono, Desa Wonoboyo dan Desa Wonokarto menjadi tempat yang paling banyak dihuni oleh pedagang kaki lima karena terdapat banyak aktivitas disana. Terdapat sekolah, lapangan yang biasa dipakai untuk jogging, rumah sakit, serta aktivitas kantor di wilayah tersebut. Faktor lainnya, banyak konsumen yang jauh dari desa ke kota dan dominan bertempat tinggal dengan memilih untuk ngekos menjadikan wilayah tersebut sasaran bagi pedagang kaki lima mendirikan dagangannya.

4. PENUTUP

4.1 Kesimpulan

1. PKL yang berjualan di Kecamatan Wonogiri terdapat 3 jenis dagang yang dijual yaitu makanan, minuman dan aksesories. Pedagang makanan dan minuman mendominasi di wilayah Kecamatan Wonogiri. Karakteristik pedagang kaki lima yang berjualan di Kecamatan Wonogiri rata-rata didominasi oleh laki-laki. Usia rata-rata PKL yang berjualan di Kecamatan Wonogiri rata-rata umur 31-40 tahun termasuk tingkat kelompok usia produktif dan kelompok tenaga kerja utama. Rata-rata lama waktu berdagang yang diterapkan oleh pedagang kaki lima yaitu >5 jam, dimana pedagang kaki lima menerapkan hal tersebut karena dengan lamanya waktu berdagang yang mereka gunakan, maka penghasilan yang akan didapatkan semakin besar pula.
2. Penurunan pendapatan akibat pandemi covid-19 berdampak drastis bagi pendapatan yang dihasilkan PKL karena berkurangnya daya beli dari konsumen. Penurunan pendapatan yang dialami oleh pedagang makanan dan minuman, karena adanya batasan dari pemerintah karena kebijakan ppkm dan anjuran untuk dirumah saja serta kecemasan dari masyarakat akan kepentingan kesehatan. Kenaikan penjualan dialami oleh PKL aksesories yang mengoptimalkan peluang kondisi saat pandemi COVID-19 untuk berjualan masker. Terdapat hambatan yang dialami oleh PKL akibat pandemi covid-19 yaitu kesulitan mencari bahan baku serta naiknya harga bahan baku yang dibutuhkan oleh PKL membuat hal tersebut menjadi hambatan.
3. Strategi bertahan hidup PKL di Kecamatan Wonogiri menerapkan strategi mengurangi jumlah barang dagangan yang dijual untuk menimalisir kerugian, menambah jam operasional diterapkan oleh PKL untuk menekan kerugian yang dialami, pengurangan jam operasional juga dilakukan karena penjualan yang menurun, tidak disertai dengan produk yang dapat bertahan lama yang hal itu mengurangi kualitas produk. PKL juga mengadakan promo harga barang dagangannya untuk menarik minat dari konsumen.

4.2 Saran

Saran dari penulis untuk pedagang kaki lima di Kecamatan Wonogiri yakni memanfaatkan akses teknologi dan digital yang ada sekarang. Dengan memanfaatkan sosial media dan platform digital semakin dapat menyebarkan produknya lebih luas dan lebih efektif untuk mengembangkan penjualan barang dagangan pada saat pandemi covid-19 serta peningkatan kualitas produk dan pelayanan yang paling berpengaruh untuk konsumen dan lebih dapat dipercaya oleh konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Aryansyah, J. E, Dwi Mirani, Martina. (2020). Strategi Bertahan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Sektor Kuliner di Masa Pandemi Covid-19. Skripsi: Malang. Universitas Brawijaya.
- Arianto, Bambang. (2020). Pengembangan UMKM Digital Di Masa Pandemi Covid-19, Jurnal Saburai, No. 2 : 233–247.
- Hidayat. (2010). Sektor Informal Di Pusat Kota. Jakarta : Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Irwan. (2015). Strategi Bertahan Hidup Perempuan Penjual Buah-Buahan (Studi Perempuan di Pasar Raya Padang Kecamatan Padang Barat Kota Padang Provinsi Sumatera Utara). Humanus vol 14(2). 183-195.
- Rosita, Rahmi. (2020). Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. Jurnal Lentera Bisnis. 9(2). 109-120.

