



Strategi Peningkatan Pendapatan Pedagang Usaha Mikro Kecil Dan Menengah UMKM (Pondok Kecil) Untuk Memenuhi Kebutuhan Keluarga (Studi Kasus Di Negeri Passo Kecamatan Baguala Kota Ambon)

Strategies to Increase Income of Small and Medium Micro Enterprises Traders (Small Stalls) to Meet Family Needs (Case Study in Passo Village, Baguala District, Ambon City)

Mirel Sampe¹, Melianus Salakory¹, dan E.G.Tetelepta¹

¹ Program Studi Pendidikan Geografi FKIP Universitas Pattimura Ambon

Article Info	ABSTRAK
Kata Kunci: Pendapatan, kios kecil, pemenuhan, kebutuhan keluarga	Abstract Pedagang pondok kecil adalah istilah yang digunakan untuk merujuk pada pedagang yang menjalankan usaha ditempat yang sederhana atau kecil dan usaha ekonomi yang kini memiliki usaha yang sering kali dikelola secara mandiri dan juga memiliki modal yang terbatas tetapi memberikan kemudahan akses bagi konsumen. Penelitian ini bertujuan mengetahui strategi peningkatan pendapat pedagang kios kecil atau UMKM untuk memenuhi kebutuhan keluarga. Tipe penelitian yang dipakai yaitu deskriptif kualitatif, untuk memecahkan masalah yang ada menggunakan analisis SWOT guna mengetahui Kekuatan (kekuatan), Weakness (kelemahan), Opportunity (peluang) dan ancaman (Threat). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat pendapatan pedagang kios kecil di Desa Passo dapat memenuhi kebutuhan ekonomi seperti pendidikan, sandang, pangan dan papan dan kesehatan dengan persentase 100%, sehingga secara umum semua kebutuhan ekonomi tercukupi dengan sangat baik.
Keywords: Income, small stalls, fulfillment, family needs	ABSTRACT <i>Abstract Small cottage traders is a term used to refer to traders who run businesses in simple or small places and economic businesses who now have businesses that are often managed independently and also have limited capital but provide easy access for consumers. The purpose of this research aims to influence the length of business, monthly income level and the influence of time in sales for small kiosk traders. The type of research used is descriptive which is used to solve existing problems using SWOT analysis to determine Strengths and Weaknesses.), Opportunity (opportunity) and threat (Threat). The results of this research show that the income level of small kiosk traders in Passo Village can meet economic needs such as education, clothing, food and shelter and health with a percentage of 100%, so that in general all economic needs are very well met.</i>

PENDAHULUAN

Indonesia, sebagai negara berkembang dengan populasi besar dan sumber daya alam melimpah, masih menghadapi berbagai masalah sosial, terutama dalam bidang sosial ekonomi, seperti pengangguran dan kemiskinan ((Lasaiba, 2023). Pengangguran terjadi

ketika jumlah tenaga kerja melebihi lapangan pekerjaan yang tersedia, yang kemudian menyebabkan penurunan produktivitas, peningkatan kemiskinan, dan masalah sosial lainnya. Untuk mengatasi masalah ini, masyarakat berusaha membuka usaha kecil dan menengah (UMKM) yang mampu menciptakan

lapangan kerja serta mendukung perekonomian keluarga (Rifa'i, 2013)

UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia yaitu dengan menyerap tenaga kerja yang besar dan mendistribusikan hasil pembangunan. UMKM juga menjadi pilar utama ekonomi masyarakat, karena dapat mengurangi pengangguran dan mendistribusikan pendapatan masyarakat (Saleh & Hadiyat, 2016). Selain itu, UMKM memiliki peran penting di masa krisis ekonomi dengan menawarkan peluang kerja serta meningkatkan nilai tambah ((Rifa'i, 2013)

Provinsi Maluku, khususnya desa Passo, merupakan salah satu daerah di mana UMKM menjadi sumber utama pendapatan masyarakat, baik bagi penduduk asli maupun pendatang. Letak geografis yang strategis mempermudah masyarakat untuk berjualan dan mengembangkan usaha kecil demi memenuhi kebutuhan keluarga. Oleh karena itu, strategi perdagangan diperlukan untuk meningkatkan pendapatan dan keberlanjutan usaha di daerah ini, khususnya dalam menghadapi persaingan antar pedagang ((Hamuli et al., 2022); (Pattilouw, 2018)).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif untuk menyelesaikan masalah yang ada, serta menganalisis tingkat pendapatan pedagang kaki lima di desa Passo, Kecamatan Baguala, Kota Ambon. Pendekatan yang digunakan adalah analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan (strength), kelemahan (weakness), peluang (opportunity), dan ancaman (threat) pada pedagang.(Titisay et al., 2023)

Variabel Penelitian Penelitian ini memiliki dua jenis variabel, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas meliputi aspek seperti sandang, pangan, papan, pendidikan, kesehatan, dan kesejahteraan keluarga. Sedangkan variabel terikat mencakup

produk, harga, penghasilan, modal, dan waktu.

Populasi penelitian ini adalah seluruh pedagang di Desa Passo yang berjumlah 20 orang, dengan sampel yang diambil menggunakan teknik purposive sampling sebanyak 10% dari populasi, yaitu 20 pedagang berdasarkan waktu jualan.

Teknik Pengumpulan Data Data dikumpulkan melalui wawancara dan dokumentasi untuk mendapatkan informasi yang valid dan reliabel. Observasi non partisipan juga digunakan untuk mencatat hal-hal terkait penelitian, dan wawancara langsung dilakukan dengan para pedagang kaki lima.

Teknik Analisis Data Data dianalisis secara sistematis untuk disusun dan disimpulkan. Analisis SWOT digunakan untuk menggambarkan faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pedagang, yang kemudian disusun dalam bentuk matriks untuk merumuskan strategi usaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identitas Responden

Tabel 1. Responden berdasar jenis kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi (f)	Persentase(%)
1	Laki-Laki	8	40,0%
2	Perempuan	12	60,0%
Jumlah		20	100%

Sumber : Data Penelitian, 2024

Berdasar tabel tersebut dapat diketahui bahwa responden berdasar jenis kelamin 8 orang atau 40% laki-laki dan 12 orang atau 60% perempuan.

Tabel 2. Responden berdasar Usia

No	Umur	Frekuensi (f)	Persentase(%)
1	16-25	7	35,0%
2	26-35	5	25,0%
3	36-45	3	15,0%
4	46-55	5	25,0%
Jumlah		20	100%

Sumber: olah data penelitian 2024

Berdasar tabel 2 dapat diketahui bahwa responden berada pada rentang usia 16 tahun hingga 55 tahun.

Tabel 3. Waktu jam buka kios

No	Jam Buka	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1	08.00-22.00	10	50,0%
2	24 Jam	10	50,0%
Jumlah		20	100%

Sumber : Olah data penelitian 2024

Pendapatan

Pendapatan bersih pedagang kios kecil atau pondok perbulan bervariasi dari dibawah Rp 500.000; hingga diatas Rp 1000.000;. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. Pendapatan Responden Atau Pedagang Pondok Kios Kecil.

No	Pendapatan /Bulan	Frekuensi (f)	Persentase%
1	< Rp.500.000	2	10,0%
2	> Rp.500.000	8	40,0%
3	< Rp.1.000.000	5	25%
4	> Rp.1.000.000	5	25,0%
Jumlah		20	100%

Sumber: Analisis Data Penelitian 2024

Dari gambaran tabel diatas dapat diketahui bahwa yang memiliki pendapatan < 500.000 Per Bulan adalah 2 orang (10,0%), yang mempunyai pendapatan Per Bulan >500.000 adalah 8 orang (40,0%) yang mempunyai pendapatan Per Bulan <1.000.000 adalah 5 orang (25,0%) dan >1.000.000 Per Bulan adalah 5 orang (25,0%).

Pemenuhan Kebutuhan Ekonomi Keluarga (Sandang, Pangan, Papan, Pendidikan, Kesehatan)

Hasil berjualan dari pondok atau kios kecil digunakan untuk pemenuhan

kebutuhan keluarga meliputi kebutuhan sandang, pangan, papan, Pendidikan dan Kesehatan. Untuk lebih jelas berikut pembahasan pada masing-masing pemenuhan kebutuhan.

Pemenuhan Kebutuhan Sandang Keluarga

Tabel 5. Pemenuhan Keutuhan sandang keluarga

No	Penghasilan pedagang Pondok kios Kecil untuk memenuhi sandang Keluarga	Frekuensi (f)	Persentase(%)
1	Jarang Beli	10	50,0%
2	Sering Beli	10	50,0%
Jumlah		20	100%

Sumber: olah data penelitian 2024

Berdasar tabel 5 dapat diketahui bahwa responden 10 orang (50%) menyatakan jarang membeli kebutuhan sandang atau pakaian, sedangkan 10 orang lagi (50%) menyatakan sering membeli kebutuhan sandang dari hasil berjualan pondok atau kios kecil mereka.

Pemenuhan kebutuhan Pangan keluarga

Tabel 6. Pemenuhan Kebutuhan Pangan Keluarga

No	Penghasilan Pedagang Untuk Memenuhi Pangan Keluarga	Frekuensi (f)	Persentase(%)
1	1 sehari	0	0,0%
2	2 sehari	10	50,0%
3	3 sehari	10	50,0%
Jumlah		20	100%

Sumber: Olah data penelitian 2024

Berdasar tabel 6 dapat diketahui bahwa setidaknya responden mencukupi kebutuhan makan dua kali dalam sehari sejumlah 50% dan 50% lagi dari responden mencukupi kebutuhan makan keluarga tiga kali dalam sehari.

Tabel 7. Pemenuhan kebutuhan makanan sehat

No	Penghasilan Responden Untuk Mengonsumsi Makanan yang Sehat	Frekuensi (f)
1	Ya	10
2	Tidak	0
3	Relatif	10
Jumlah		20

Sumber; olah data penelitian 2024

Berdasar tabel 7 dapat diketahui bahwa 50% atau 10 orang dari responden menyatakan dapat memenuhi kebutuhan makanan sehat bagi keluarga dan 50% atau 10 orang menyatakan relative dapat memenuhi kebutuhan makanan sehat keluarga.

Pemenuhan kebutuhan Papan

Tabel 8. Pemenuhan kebutuhan Papan

No	Penghasilan pedagang pondok kecil untuk memenuhi papan Keluarga	Frekuensi (f)
1	Kontrak tempat/sewa	10
2	Milik Pribadi	10
Jumlah		20

Sumber: Olah data penelitian 2024

Berdasar tabel 8 dapat diketahui bahwa 10 orang responden (50%) menyatakan bahwa tempat tinggal mereka mengontrak atau sewa dan 10 orang (50%) menyatakan tempat tinggal dan kios yang mereka tempati merupakan milik pribadi.

Pemenuhan Kebutuhan Pendidikan

Tabel 9. Pemenuhan Kebutuhan Pendidikan anak

No	Keadaan Pendidikan Anak	Frekuensi (f)	Persentase(%)
1	Sangat Baik	12	60,0%
2	Baik	5	25,0%
3	Kurang Baik	3	15%
Jumlah		20	100%

Sumber : Olah Data Penelitian 2024

Berdasar tabel 9 dapat diketahui bahwa pemenuhan kebutuhan untuk

Tabel 11. Matriks SWOT Pedagang Kios Kecil di Desa Passo

Pendidikan anak 12 responden menyatakan Pendidikan anak terpenuhi dengan sangat baik, 5 responden menyatakan kebutuhan Pendidikan anak baik, dan 3 responden menyatakan kebutuhan Pendidikan kurang baik.

Pemenuhan Kebutuhan Kesehatan

Tabel 10. Pemenuhan Kebutuhan Kesehatan

NO	Keterjangkauan Kesehatan Keluarga	F	Persentase(%)
1	Baik	5	25,0%
2	Kurang Baik	10	50,0%
3	Relatif	5	25%
Jumlah		20	100%

Sumber: Olah Data Penelitian 2024

Berdasar tabel 10 diatas tampak bahwa responden mengatakan bahwa Keterjangkauan kesehatan dengan profesi sebagai pedagang kios kecil didominasi oleh baik atau tergantung pendapatan perhari pedagang dengan 5 (25,0%), karena menurut responden kesehatan sangat penting bagi mereka dan yang menjawab kurang baik 10 (50,0%), sedangkan yang menjawab relatif sangat sedikit adalah 05(25,0%) dengan alasan ada luran yang di tabung perhari untuk kesehatan mereka.

ANALISIS SWOT

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT terdiri dari strengths (kekuatan), weaknesses (kelemahan), opportunities (peluang) dan threats (ancaman). SWOT ini secara jelas dapat menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman yang dihadapi oleh pedagang pondok/kios kecil dapat diubah atau disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.(Maulana et al., 2023).

Untuk lebih jelas berikut matriks hasil SWOT.

		STRENGTHS - S	Weaknesses - W
Eksternal	/	1.Tempat yang strategis 2.Flesibel di modal 3. Pendapatan ada tiap harinya.	1.Waktu berdagang relative singkat 2.Harga bahan dagangan yang tiba-tiba naik.
Internal		4. Bisa jualan kapan Saja	3. Bergantung dengan cuaca
Opportunities-O		SO	WO
1. Meningkatkan pendapatan masyarakat 2. Kemajuan dibidang Teknologi		1.Memanfaatkan promosi penjualan kepada pelanggan 2.Menjaga kualitas Jualan	1.Meningkatkan promosi kepada pelanggan 2.meyakinkan pelanggan bahwa pedagang kios kecil memiliki kualitas
Threats - T		ST	WT
1.Akan tergantikan dengan mereka yang berjualan online. 2. Banyak pesaing baik itu pondok lain dan lainnya.		1.Meningkatkan Promosi agar menu yang ada pada PKL dikenal oleh pelanggan atau masyarakat. 2.Selalu berinovasi agar tidak kalah dari persaingan	1.Memeperdalam lebih jauh penatahuan wirausaha agar suatu bisnis lebih baik. 2.Memaksimalkan promosi produk lewat multimedia atau media sosial mengenai menu yang ada.

Sumber: Hasil Olah Data Tahun 2024

Berdasar matriks SWOT Pada tabel penghasilan strategi yang dapat identifikasi perkiraan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Sehingga dapat diambil kesimpulan oleh pemilik/pengelola bagaimana dalam menjalankan usaha dalam melakukan keputusan menghadapi persaingan yang semakin ketat. Setiap usaha apapun bentuk usahanya pasti akan berusaha untuk memperoleh keuntungan dari kelangsungan hidupnya. Sedangkan untuk mencapai

tujuan tersebut, perusahaan dituntut untuk memiliki manajemen yang mantap mengingat banyaknya ancaman dari para pesaing. Sehingga dituntut untuk menyusun rencana penjualan dengan cermat dan benar.

Matriks Evaluasi Faktor Internal

Matriks Evaluasi Faktor Internal (Matriks Internal Factor Evaluation-IFE Matriks) adalah formulasi strategi yang meringkas dan mengevaluasi kekuatan dan kelemahan tama dalam area fungsional bisnis

Tabel 12. Matriks Internal Factor Evaluation (IFE Matriks) Pada Usaha Pondok Kecil

Faktor Kunci Internal	BOBOT	RATING	BOBOT X RATING
KEKUATAN			
Tempat yang strategis	0,33	4	1,32
Fleksibel di waktu	0,17	3	0,52
Bisa jualan kapan saja	0,23	4	0,92
Pendapatan ada tiap harinya	0,27	3	0,81
Total Skor Kekuatan	1,00	14	3,57
KELEMAHAN			

Waktu dagang relative lebih singkat	0,1	1	0,1
Harga bahan jualan yang tiba-tiba naik	0,3	2	0,6
Bergantung dengan cuaca	0,2	3	1,2
Total Skor Kelemahan	1,00	6	1,9
Selisi kekuatan kelemahan		3,57 - 1,9 = 1,67	

Sumber : pengolahan data 2024

Matriks Evaluasi Faktor Eksternal

Tabel 12. Matriks Eksternal Evaluation (EFE Matriks) Pada Usaha Pedagang Pondok Kecil.

Faktor Kunci Eksternal	BOBOT	RATING	Bobot x Ranting
Peluang			
Meningkatkan pendapatan	0,66	3	1,98
Kemajuan teknologi	0,34	4	1,36
Total Skor Peluang	1.00	7	3,3
Ancaman			
Banyaknya Pesaing yang melakukan perdagangan	0,55	4	2
Total Skor Ancaman	1.00	4	2
Selisi Peluang Ancaman			3,3 - 2 = 1,3

Sumber: Hasil pengolahan data 2024

Berdasar matriks eksternal evaluation dapat diketahui bahwa faktor eksternal peluang lebih besar dari pada ancaman. Total skor peluang 2.8, sedangkan skor ancaman 2 dan selisih antara peluang ancaman 0.8.

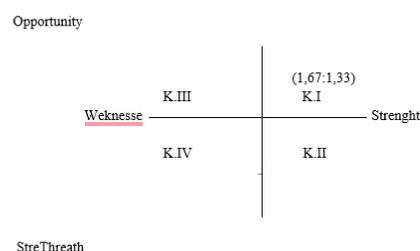
Diagram SWOT

Penelitian ini mengadakan strategi dalam melihat peluang ancaman usaha yang membandingkan dengan kekuatan dan kelemahan dalam melihat posisi kemampuan usaha dalam persaingan dapat ditunjukkan dengan menggunakan diagram SWOT yang mengidentifikasi posisi usaha dalam empat kuadrat. Adapun hasil perbandingan internal (kekuatan dan

kelemahan) dengan analisis eksternal (peluang dan ancaman) pada usaha pedagang pondok kecil.

$$FAS (a-c) = 3.57 - 1.9 = 1,67$$

$$EFAS (b-d) = 3,3 - 2 = 1,33$$



Dari analisis data yang dikumpulkan dapat dilihat bahwa posisi pedagang kios kecil terletak di kuadran 1 yaitu pendekatan agresif (*Growth Oriented Strategi*). Posisi ini menandakan sebuah peluang, artinya dalam kondisi ini kuat sehingga sangat memungkinkan untuk terus memungkinkan untuk terus melakukan ekspansi berdasarkan identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari yang menggunakan matriks SWOT, merancang kebijakan-kebijakan berdasarkan strategi kekuatan peluang SO, Strategi Kelemahan-Peluang WO, Strategi Kekuatan- Ancaman ST, dan Strategi Kelemahan Ancaman WT. Untuk memperkuat hasil penelitian bahwa strategi pendekatan yang tepat dan untuk strategi penjualan pedagang kios kecil pada Desa Passo Kecamatan Baguala (*Growth Oriented Strategi*).

KESIMPULAN

Berdasar penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi yang tepat untuk meningkatkan penjualan adalah strategi agresif yang mendukung pertumbuhan (*growth-oriented strategy*). Sebanyak 40% pedagang memiliki pendapatan lebih dari Rp 500.000 per bulan, dengan 25,5% dari mereka memperoleh keuntungan lebih dari Rp 1.000.000. Posisi pedagang ini berada di kuadran 1 berdasarkan analisis SWOT, yang menandakan peluang kuat untuk ekspansi bisnis menggunakan berbagai strategi seperti SO, WO, ST, dan WT.

DAFTAR PUSTAKA

- Hamuli, N. W., Sihasale, D. A., & Tetelepta, E. G. (2022). Kajian Kondisi Sosial Ekonomi Terhadap Pendapatan Pedagang Kuliner Pada Objek Wisata Tapal Kuda Kota Ambon. *Jurnal Pendidikan Geografi Unpatti*, 1(1). <https://doi.org/10.30598/jpguvol1iss1pp90-98>
- Lasaiba, M. A. (2023). Pengembangan Wilayah Tertinggal Di Indonesia: Optimalisasi Sumber Daya Alam

Dan Teknologi Untuk Kemajuan Yang Berkelanjutan. *JENDELA PENGETAHUAN*, 16(1). <https://doi.org/10.30598/jp16iss1pp13-23>

- Maulana, A., Iswandi, I., & Satria, A. (2023). Analisis Strategi Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah Pada Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Hukum Islam. *Jurnal Penelitian Multidisiplin ...*, 1(6).
- Pattilouw, D. R. (2018). ANALISIS DAN PROYEKSI INDIKATOR EKONOMI MAKRO PROVINSI MALUKU TAHUN 2018 - 2022. *Jurnal Cita Ekonomika*, 12(2). <https://doi.org/10.51125/citaekonomika.v12i2.2099>
- Rifa'i, B. (2013). Efektivitas pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) krupuk ikan dalam program pengembangan labsite pemberdayaan masyarakat Desa Kedung Rejo Kecamatan Jabon Kabupaten Sidoarjo. *Kebijakan Dan Manajemen Publik*, 1(1).
- Saleh, B., & Hadiyat, Y. D. (2016). Penggunaan Teknologi Informasi Di Kalangan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah Di Daerah Perbatasan. *Pekommas*, 1(2).
- Titisay, A., Salakory, M., & Lasaiba, M. A. (2023). Produksi Kain Tenun Tanimbar Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa Namtabung Kecamatan Selaru Kabupaten Kepulauan Tanimbar. *Jurnal Pendidikan Geografi Unpatti*, 2(1). <https://doi.org/10.30598/jpguvol2iss1pp1-9>
- Tetelepta, E. G. (2023). KOMPUTER DAN TIK: Bidang Ilmu Geografi. *Insight Mediatama*.