



## Tingkat Pendapatan Pedagang Kaki Lima Untuk Memenuhi Ekonomi Keluarga Di Desa Passo Kecamatan Baguala Kota Ambon

Neny Filian Seleky<sup>1</sup>, Daniel Anthoni.Sihasale<sup>1\*</sup>, Mohammad Amin Lasaiba<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Pendidikan Geografi FKIP Universitas Pattimura Ambon

Article Info	ABSTRAK
<b>Kata Kunci:</b> Tingkat Pendapatan Kaki Lima, Ekonomi Keluarga	Pedagang kaki lima merupakan salah satu pelaku atau usaha ekonomi kerakyatan yang kini bergerak dalam usaha perdagangan sektor informal yang telah banyak tersentuh oleh kebijakan pemerintahan daerah. Tujuan mencari ini yaitu untuk dapat mengetahui pengaruh lama usaha, tingkat pendapatan perhari, serta bagaimana pengaruh waktu berjualan terhadap tingkat pendapatan pedagang kaki lima. Tipe penelitian yang digunakan yaitu deskriptif yang dimana berusaha untuk memutuskan pemecahan masalah yang ada dengan menggunakan metode SWOT guna mengetahui Strength (kekuatan), Weakness (Kelemahan) Opportunity (Peluang) dan Ancaman (Threat). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat pendapatan pedagang kaki lima di Desa Passo dapat memenuhi kebutuhan ekonomi seperti pendidikan, sandang, papan dan pangan serta kesehatan rata-rata terpenuhi dengan baik.
<b>Keywords:</b> Level Street Vendor Income, Meet Economy Family	<b>ABSTRACT</b> <i>Street vendors _ is wrong one perpetrator or effort economy today 's democracy move in effort trading the informal sector which has many touched by policy government area . Destination study this that is for could know effect of length of business , level of income per day , as well how influence time selling to level income street vendor . _ Type research used _ that is which descriptive _ attempted for decide solving existing problem _ with use SWOT method use knowing Strength, Weakness, Opportunity and Threat. Results Study this showing that level income street vendors in the village Passo has Fulfill needs economy like education , clothing , board and food as well as the average health has 100% met.</i>

**\*Corresponding Author:**

**Daniel Anthoni.Sihasale**

Program Studi Pendidikan Geografi Jurusan IPS FKIP Universitas Pattimura Ambon

Sihasale.geo@gmail.com

### PENDAHULUAN

Urbanisasi terus terjadi ke perkotaan karena desa tidak mempunyai peluang usaha yang cukup baik untuk dapat memenuhi kebutuhan ekonomi seperti di kota (Lasaiba, 2006; Rijal & Tahir, 2022). Hal tersebut yang

membuat urbanisasi di kota semakin meningkat. Pembangunan yang bertujuan untuk mensejahterakan hidup masyarakat terus dilakukan, namun ternyata sumber daya manusia (SDM) yang tidak mampu bersaing dalam ilmu teknologi (Darini, 2011).

Pada akhirnya mereka memilih sektor informasi sebagai lahan pekerjaan salah satunya ialah pedagang kaki lima (PKL) yaitu salah satu jenis usaha yang tidak memerlukan izin maka hal ini menjadi hal yang menarik untuk dibahas (Budi, 2006).

Fenomena sektor informal termasuk Pedagang Kaki Lima (PKL) merupakan fenomena yang umum terjadi di negara-negara berkembang (Widjajanti & Surya, 2007). Prosentase sektor informal termasuk PKL di negara-negara dunia ketiga seperti Amerika Latin, Sub Sahara Afrika, Timur Tengah dan Afrika Utara serta Asia Selatan berkisar antara 30-70% dari total tenaga kerja (Antara & Aswitari, 2016).

Pembengkakan sektor informal tersebut disebabkan oleh ketidakmampuan sektor formal menyerap lebih banyak tenaga kerja (Handika & Siti Fatimah, 2017). Ketidakmampuan sektor formal ini disebabkan oleh pertumbuhan penduduk melebihi kecepatan penyediaan lapangan pekerjaan (Lasaiba, 2012). Oleh karena itu kegiatan ekonomi sektor ini menjadi alternatif utama untuk mengurangi pengangguran (Zulhijahyanti et al., 2021).

Beberapa jenis pekerjaan yang terdapat di Indonesia khususnya perkotaan salah satunya adalah pedagang kaki lima/ pedagang asongan seperti warung nasi, penjual koran, cendramata, pakain, penjual rokok, makanan kecil, bakso, minuman dan lain - lainnya (Anggeriani, 2016). Secara umum pengertian pedagang kaki lima ini disebut juga pedagang liar atau pedagang eceran yaitu mereka yang berjualan di pinggir jalan, emperan toko, di halaman bangunan pasar, lapangan terbuka dan tempat lain yang sifatnya sementara dan belum mendapat izin resmi dari pemerintah (Fitriana et al., 2020).

Pedagang- pedagang tersebut dapat dijumpai di pinggir jalan dan di pusat - pusat kota yang ramai (Widjajanti, 2009).

Dampak mengenai adanya pedagang kaki lima membuat pemerintah harus membuat peraturan bagi pedagang kaki lima agar tidak mengganggu ketertiban kota (Rukmana & IP, 2019). Mereka menjual banyak barang yang di butuhkan oleh kelompok masyarakat ekonomi rendah dengan harga semakin terjangkau oleh masyarakat (Febianti, 2014).

Pedagang Kaki Lima (PKL), merupakan kelompok tenaga kerja yang banyak di sektor informal. Hal ini yang membuat pemerintah harus teliti dalam mengatur ketertiban dan menegakan aturan agar tidak mengganggu aktivitas masyarakat lain di jalan dan pedagang kaki lima (PKL) juga tetap bisa melakukan aktivitas mereka (David Cardona & Sos, 2020). Selain itu terkadang pedagang tidak memperhatikan keamanan, ketertiban dan kebersihan di tempat dagangan mereka sehingga tidak nyaman di lihat karena pedagang hanya melihat lokasi yang strategi untuk memulai usaha mereka tanpa melihat kondisi di sekitar mereka (Maspuadi et al., 2019).

Karena pedagang kaki lima adalah salah satu pelaku ekonomi masyarakat, seperti yang di tulis dalam perkembangan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 125 Tahun 2012 tentang Koordinasi Pemberdayaan Dan Penataan Tentang Pedagang kaki lima “Pedagang kaki lima sebagai salah satu pelaku usaha ekonomi kerakyatan yang bergerak dalam usaha perdagangan sektor informasi perlu di lakukan pemberdayaan untuk meningkatkan dan mengembangkan usahanya (Christy Elisabeth Kapele et al., 2018).

Tidak terkecuali pedagang kaki lima yang berada di daerah Passo terdapat lokasi yang strategis untuk berjualan agar memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga mereka antara lain: Sejejer ruko dan winkel, samping Indomaret dan Mesjid, depan SPN dan sejejer toko bangunan, sejejer ACC dan lainnya karena pada kawasan yang ada merupakan tempat yang strategis bagi mereka. Di Desa Passo hanya sedikit yang memilih berjualan pada siang hari dan sebagian besar pada sore sampai malam hari.

Terdapat 28 orang pedagang kaki lima di Desa Passo, Kecamatan Baguala yaitu pedagang kaki lima yang berjualan makanan di malam hari mulai mulai pukul 18.30 sampai dengan 12.00 WIT. Menurut observasi yang di lakukan pendapatan pedagang yang sudah lama memiliki penghasilan yang lebih besar dibanding yang baru.

## METODE PENELITIAN

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah tipe penelitian deskriptif yaitu dimana penulis berusaha untuk memutuskan pemecahan masalah yang ada. Selanjutnya dalam menjelaskan kajian lebih dalam maka digunakan analisis dengan menggunakan metode SWOT guna mengetahui *Strength* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunity* (Peluang) dan *Threat* (Ancaman). Penelitian ini akan difokuskan pada tingkat pendapatan pedagang kaki lima Desa Passo Kecamatan Baguala Kota Ambon. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini diambil secara *random sampling* sebanyak 35 orang responden.

Data penelitian berupa data sekunder dikumpulkan dari data yang dipublikasikan seperti artikel jurnal-jurnal dan buku serta dokumenter dimana penulis mengumpulkan

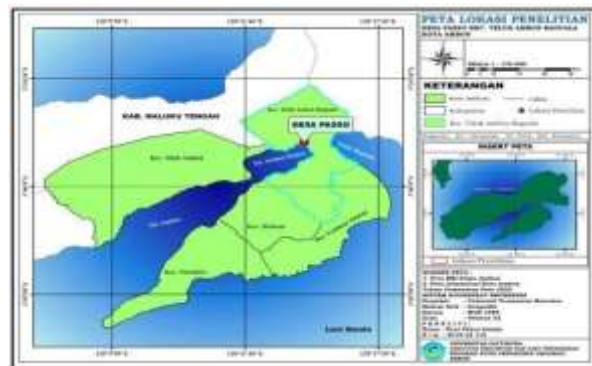
keterangan, bahan-bahan tertulis yang berhubungan dengan penelitian baik berupa laporan, catatan, arsip resmi, dokumen yang relevan, tabel maupun gambar.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Secara Geografis Desa Passo adalah salah satu Desa di kecamatan Baguala Kota Ambon. Desa Passo merupakan Ibu Kota Teluk Ambon Baguala yang meliputi 13 rukun warga (RW) dan 64 Rukun Tetangga (RT). Berada di tengah-tengah persimpangan jalur yang menghubungkan kota ambon dengan Maluku Tengah. Dengan Letak Astronomis Desa Passo adalah antara 2° - 4° Lintang Selatan dan 127° - 128 Bujur Timur (Sumber: Kantor Desa Passo).

Dengan Luas Wilayah yaitu ± 1.293 Ha atau 11.36 km. dan secara Administratif Desa Passo memiliki batas secara geografis Sebelah Utara Berbatasan dengan Desa Hitu dan Desa Mamala, Sebelah Selatan dengan Desa Hutumuri dan Desa Halong, Sebelah Timur dengan Desa Suli Sebelah Barat dengan Kelurahan Lateri dan Desa Negeri Lama. Jumlah penduduk di Desa Passo 25,219 jiwa dengan jumlah penduduk laki-laki sebanyak 12.626 jiwa dan jumlah penduduk perempuan sebanyak 12,593 jiwa.



Gambar 1. Peta lokasi penelitian

**Identitas Responden**

Data primer adalah data yang diperoleh di lapangan melalui wawancara tertutup yaitu dengan menggunakan kuesioner terhadap penduduk Desa Passo yang di maksud dengan klasifikasi responden adaah status dari mereka yang menjadi fokus dalam penelitian ini. Dari klasifikasi yang didapat dari responden menurut jenis kelamin dapat diuraikan seperti yang tergambar pada Tabel 1 berikut.

**Tabel 1.** Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	F	%
1	Laki-laki	11	46.00
2	Perempuan	14	54.00
	Jumlah	25	100

Sumber Pengolahan Data 2022

Dari urian di atas dapat diketahui bahwa jumlah keseluruhan responden jumlah laki-lakisebanyak 11 orang (46.00%) dan Perempuan sebanyak 14 orang (54.00%).Dapat disimpulkan bahwa jenis kelamin responden terbanyak adalah perempuan dengan jumlah (14.00%).

**Tabel 2.** Pendapatan Responden Per Hari

No	Pendapatan /Hari	F	%
1	< Rp 500.000	8	32,00
3	Rp 5 00.000 - Rp 1.000.000	12	48,00
4	> Rp 1.000.000	5	20,00
	Jumlah	25	100,00

Sumber Pengolahan Data 2022

Dari gambaran tabel 2 diatas dapat diketahui bahwa yang memiliki pendapatan

< Rp 500.000 per hari adalah sebanyak 8 responden (32.00%), yang mempunyai pendapatan per hari Rp 500.000 - Rp 1.000.000 adalah sebanyak 12 responden (48.00%) dan yang mempunyai pendapatan per hari, < Rp 1.000.000 adalah sebanyak 5 responden (20.00%) dan < Rp 1.000.000 per hari adalah 04 (10.00%).

**Analisis SWOT**

**Kekuatan (Strengths)**

Pedagang kaki lima dalam usahanya memiliki kekuatan-kekuatan secara umum yang dimiliki oleh perusahaan untuk menjalankan usahanya antara lain.

- a. Memiliki tempat yang strategis. Dalam menjalankan suatu usaha pastinya semua PKL mencari tempat yang strategis begitu juga PKL yang berada di Desa Passo yang memilih emperan toko sekitar jam ±5-6 sore untuk berjualan. setelah toko tutup PKL mulai memasang tenda dan menyediakan bahan jualan yang mereka miliki karna pada jam-jam tersebut banyak pelanggan yang mencari makan setelah pulang dari tempat kerja dengan harga yang sangat terjangkau.
- b. Fleksibel di Modal. Modal merupakan hal yang paling penting dalam sebuah usaha seperti pedagang kaki lima dengan modal yang terjangkau memudahkan para pedagang kaki lima Desa Passo dapat berdagang dengan harga barang dan juga tempat jualan yang bisa dijangkau apabila para pedagang baru mulai atau merintis usaha dengan modal yang mereka miliki sangat terbatas.

**Kelemahan (Weaknesses)**

Kelemah ialah kekurangan yang disebabkan oleh lingkungan alam atau lingkungan itu

sendiri yang dapat menghalangi kinerja efektif suatu usaha itu sendiri, PKL dalam melakukan usaha mempunyai beberapa kelemahan secara umum yang menjadi ancaman bagi mereka.

- a. Waktu dagangan nya relative lebih singkat. Karna pedagang kaki lima di Desa Passo harus menunggu ruko atau toko tutup sekitar jam 6 atau jam 7 baru mereka dapat memasang tenda dan mempersiapkan barang dagangan mereka hal inilah yang menjadi kendala bagi anggota pedagang kaki lima di Desa Paso karna mempunyai jam jualan yang singkat dan sangat terbatas karna sebagian besar waktu digunakan untuk mempersiapkan dagangan, menata tenda, beres-beres dan lainnya.
- b. Harga bahan baku tiba-tiba naik. Ketika harga bahan baku yang tiba-tiba naik maka PKL sedikit mengalami kerugian karna harga yang sudah mereka tetapkan tidak bisa mereka ubah hal ini yang menjadi kendala PKL saat bahan baku di pasar naik maka mereka mengalami sedikit kerugian

#### Peluang (Opportunities)

Peluang merupakan suatu hal yang dapat dimanfaatkan oleh PKL untuk tetap dapat mengembangkan usaha mereka adapun beberapa peluang yang di miliki oleh PKL antara lain:

- a. Penjualan PKL yang mudah. Penjualan atau dagangan PKL sangatlah muda karna berada disamping jalan atau emperan toko yang ramai dan memiliki banyak penduduk disekitarnya, yang akan selalu berbelanja.
- b. Meningkatnya pendapatan masyarakat. Ketika pendapatan PKL atau masyarakat

meningkat maka dapat menunjang kesejahteraan baik di bidang pendidikan, mempengaruhi tingkat tabungan masyarakat, memenuhi kebutuhan sehari-hari dan dapat menunjang kebutuhan pokok.

#### Ancaman (Threats)

Ancaman yaitu menyelidiki bahaya atau resiko yang harus dihadapi beragam faktor alam bahkan lingkungan tersebut yang tidak bermanfaat pada suatu perusahaan atau lembaga yang mengakibatkan masa sulit. apabila tidak segera dibereskan, resiko tersebut akan menjadi penghambat bagi suatu usaha yang bersangkutan baik di masa kini maupun masa yang kemudian datang. Ancaman ialah hambatan dalam melakukan usaha, sehingga menjadi suatu kendala yang besar dalam mengembangkan usaha PKL. Adapun beberapa ancaman bagi PKL antara lain :

- a. Perubahan cuaca yang tidak menentu. Perubahan cuaca yang tidak menentu menjadi salah satu hambatan yang paling berdampak bagi PKL, dalam hal ini PKL tidak boleh membuat jualan yang terlalu banyak, harus perhatikan tenda agar tidak bocor.
- b. 2. Banyaknya pesaing yang melakukan perdagangan. Pertarungan bisnis menjadi salah satu akibat besar yang harus dihadapi oleh para pelaku bisnis. Seorang pesaing dapat muncul karena iya memiliki celah untuk masuk, menciptakan produk/ jasa yang lebih unggul dan memiliki kualitas yang baik daripada produk yang sebelumnya demi memenuhi kebutuhan konsumen, selain itu kompetisi usaha dagang dapat muncul disebabkan karena kesalahan dalam

pemilihan lokasi, lokasi yang strategis dapat memudahkan pelaku bisnis dalam menjalankan usahanya.

**Tabel 3.** Matriks Evaluasi Faktor Internal SWOT (*Strenght, Weaknesses, Opportunity, Threats*) Pada Usaha PKL

<b>Faktor Kunci Internal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Bobot X Rating</b>
<b>Kekuatan</b>			
▪ 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
<b>Total Skor Kekuatan</b>	<b>1,00</b>	<b>14</b>	<b>3,57</b>
<b>Kelemahan</b>			
Waktu Dagangnya Relative Lebih Singkat	0,1	1	0,1
Harga Bahan Baku Yang Tiba-Tiba Naik	0,3	2	0,6
Bergantung Dengan Cuaca	0,2	2	0,4
Capek Bongkar Pasang Tenda	0,4	3	1,2
<b>Total Skor Kelemahan</b>	<b>1,00</b>	<b>8</b>	<b>2,3</b>
<b>Selisi Kekuatan Kelemahan</b>	<b>3,57 - 2,3 = 1,27</b>		

Sumber Pengolahan Data 2022

Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE) EFE Matriks berguna untuk memungkinkan para penyusun strategi merangkumkan dan mengevaluasi informasi ekonomi, sosial budaya, demografi 51 lingkungan, politik, pemerintah, hukum, teknologi dan persaingan. Matriks EFE dapat dibuat dengan beberapa tahap antara lain :

- a. Buat daftar lima faktor eksternal yang diidentifikasi dalam proses eksternal, kemudian masukkan dari total sepuluh hingga dua puluh faktor termsuk peluang dan ancaman yang mempengaruhi perusahaan. Tuliskan peluang terlebih dahulu kemudian ancaman, usahakan sedetail mungkin menggunakan presentase, rasio, dan nilai komperatif.
- b. Berikan bobot masing-masing faktor dari 0,0 (tidak penting) hingga 1,0 (paling penting). Bobot mengidentifikasi tingkat penting relatif dar faktor terhadap keberhasilan perusahaan dalam suatu industri.
- c. Berikan perangkat 1 sampai 4 untuk masing-masing faktor eksternal kunci tentang seberapa efektif strategi perusahaan saat ini dalam memproses faktor tersebut, dimana perusahaan sangat baik (4), perusahaan baik (3), perusahaan rata-rata (2), perusahaan jelek (1). Peringkat didasarkan pada perusahaan, sedangkan bobot didasarkan pada industri. Penting di perhatikan bahwa ancaman dan peluang dapat diberikan peringkat 1, 2, 3, 4.
- d. Kalikan masing-masing bobot faktor

dengan peringkatnya untuk memperoleh masing-masing variabel untuk menentukan total nilai jual 25 orang Tanpa memperdulikan jumlah peluang dan ancaman kunci yang dimasukkan dalam matriks EFE, total nilai tertimbang untuk suatu organisasi adalah 4,0 dan nilai terendah 1,0. Total nilai tertimbang rata-

rata adalah 2,5. Total nilai tertimbang 4,0 menunjukkan bahwa respons sangat baik terhadap peluang dan ancaman yang dihadapi, sedangkan nilai 1,0 menunjukkan perusahaan tidak memanfaatkan peluang atau tidak menghindari ancaman eksternal.

**Tabel 4.** Matriks Evaluasi Faktor Eksternal SWOT (*Strength, Weaknesses, Opportunity, Threats*) Pada Usaha PKL

<b>Faktor Kunci Eksternal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Ranting</b>	<b>Bobot X Ranting</b>
<b>Peluang</b>			
Penjualan Pkl Yang Mudah	0,30	3	0,9
Meningkatkan Pendapatan	0,36	4	1,44
Kemajuan Teknologi	0,34	4	1,36
<b>Total Skor Peluang</b>	<b>1,00</b>	<b>11</b>	<b>3,7</b>
<b>Ancaman</b>			
Perubahan Cuaca Tidak Menentu	0,5	2	1
Banyaknya Pesaing Yang Melakukan Perdagangan	0,5	2	1
<b>Total Skor Ancaman</b>	<b>1,00</b>	<b>4</b>	<b>2</b>
<b>Selisi Peluang Ancaman</b>	<b>3,7 - 2 = 1,7</b>		

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2022

**Diagram SWOT**

Penelitian mengadakan strategi dalam melihat peluang ancaman, usaha yang dibandingkan dengan kekuatan dan kelemahan dalam melihat posisi kemampuan usaha dalam persaingan dapat ditubjukan 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 kaki lima (PKL).

IFAS (a + c) = 0,37 + 3

= 4,07

EFAS (b + d) = 2,3 + 2

= 4,3

**Keadan Sosial Ekonomi**

Dari gambaran Tabel 5m dapat diketahui bahwa yang memiliki pendapatan < Rp 500.000 per hari adalah sebanyak 8 responden (32.00%), yang mempunyai pendapatan per hari Rp 500.000 - Rp 1.000.000 adalah sebanyak 12 responden (48.00%) dan yang mempunyai pendapatan per hari, < Rp 1.000.000 adalah sebanyak 5 responden (20.00%) dan < Rp 1.000.000 per hari adalah

04 (10.00%).

**Tabel 5** Pendapatan Responden Per Hari

No	Pendapatan /Hari	F	%
1	< Rp 500.000	8	32,00
3	Rp 5 00.000 - Rp 1.000.000	12	48,00
	> Rp 1.000.000	5	20,00
	Jumlah	25	100,00

Sumber: Analisis Data Kuisisioner 2022

#### Total Keuntungan

Berdasarkan Tabel 6, responden dengan total keuntungan besar Rp > Rp 700.00,sebanyak 8 orang atau 32 %, responden, selanjutnya dengan total keuntungan Rp 500.000 - Rp. 700.000 sebanyak 11 orang atau 44 %, responden dan dengan keuntungan <Rp 500.000 sebanyak 6 orang atau 24 %.

**Tabel 6.** Total Keuntungan Per hari

No	Total Pendapatan	F	%
1	> Rp. 700.000	8	32 %
2	Rp. 500.000 - Rp. 700.000	11	44 %
3	< Rp. 500.000	6	24 %
	Jumlah	25	100 %

Sumber: Analisis Data kuisoener 2022

#### Pembahasan Hasil Penelitian

Dari hasil analisis data yang dikumpulkan dapat dilihat bahwa letak usaha pedagang kaki lima (PKL) terletak pada kuadran 1 yaitu pendekatan agresif (Growth Oriented Strategi). Posisi ini menandakan sebuah peluang, artinya dalam kondisi ini kuat sehingga sangat dimungkinkan 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 untuk strategi penjualan pedagang kaki lima pada Desa Passo Kecamatan Baguala Kota Ambon (*Growth Oriented Strategi*).

Strategi Strengh - Opportunities (SO) Strategi ini menggunakan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki pedagang dalam memanfaatkan segala kesempatan yang ada.

- Memiliki tempat yang strategis. Pedagang kaki lima merupakan mereka yang berjualan dipinggir jalan yang menjajankan kebutuhan sehari-hari seperti makanan dan minuman ,hal ini yang membuat mereka harus memilih tempat yang strategis agar jajanan yang mereka jual dapat dibeli banyak pelanggan, begitupun PKL yang berada di
- Fleksibel di Modal. Modal merupakan hal yang paling penting dalam sebuah usaha seperti pedagang kaki lima dengan modal yang terjangkau dalam memudahkan para pedagang
- Untuk mempertahankan kondisi agar tetap berada dalam posisi yang menguntungkan, maka sebaiknya petani kopra mendukung strategi agresif dengan melakukan tahapan-tahapan di antaranya, meningkatkan promosi produk kopra, memanfaatkan promosi penjualan ke perusahaan, memelihara mutu pedagang kaki lima, dan meningkatkan kepercayaan perusahaan.

#### KESIMPULAN

Dari hasil penelitian pada Penelitian



Pedagang Kaki Lima Desa Passo Kecamatan Baguala Kota Ambon, maka dapat dikemukakan beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi yang tepat untuk diterapkan oleh Pedang kaki lima dalam memajukan strategi pemasarannya adalah strategi agresif dengan mendukung strategi kemajuan yang agresif (growth oriented strategy). Inilah strategi yang tepat untuk para pedagang kaki lima Desa Passo Kecamatan Baguala Kota Ambon.
2. Promosi atau strategi pemasaran dan memiliki kepercayaan dari pihak perusahaan yang baik sangat menguntungkan karena memiliki kekuatan sehingga dapat meraih beberapa peluang, yaitu makin tingginya kepercayaan perusahaan terhadap mutu prdapat memajukan di bidang teknologi industri, dan memiliki citra yang baik.
3. Dapat disimpulkan bahwa pendapatan Pedagang kaki lima Desa Passo Kecamatan Baguala Kota Ambon  $\geq$  Rp 3.500.000 sebanyak 8 orang atau 32% /setiap kali panen kopra. Responden dengan total pengeluaran terbanyak yaitu sebesar  $\geq$  Rp 1.500.000 sebanyak 9 orang atau 39%, dan Responden dengan total keuntungan terbanyak yaitu sebesar  $\geq$  Rp 2.500.000 sebanyak 12 orang

#### DAFTAR PUSTAKA

Anggeriani, A. Z. (2016). *Kawasan Pedagang Kaki Lima di Makassar (Studi Kasus Jl. Nikel Raya)*. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.

Antara, I. K. A., & Aswitari, L. P. (2016). Beberapa faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang kaki lima di Kecamatan Denpasar Barat. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 5(11), 165258.

<http://sna.upnjatim.ac.id/index.php/sna/article/view/13>

Budi, A. S. (2006). *Kajian Lokasi Pedagang Kaki Lima Berdasarkan Preferensi PKL Serta Persepsi Masyarakat Sekitar di Kota Pematang*. program Pascasarjana Universitas Diponegoro.

Christy Elisabeth Kapele, Debby D.V. Kawengian, & Max Rembang. (2018). Strategi Komunikasi Pembangunan Dalam Penataan Kembali Pedagang Kaki Lima Di Kawasan Pasar 45. *Diurna Komunikasi*, 7, 1-10.

Darini, S. (2011). Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia (Sdm) Dalam Pengembangan Usaha Agribisnis (The Improvement Of Human Resources In Developing Agribusiness. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 7(14).

David Cardona, A. P., & Sos, S. (2020). *Strategi Komunikasi Pembangunan Dalam Penataan Pedagang Kaki lima*. Scopindo Media Pustaka.

Febianti, Y. N. (2014). Permintaan dalam ekonomi mikro. *Edunomic Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 2(1).

Fitriana, R., Auliya, A. U., & Widiyarta, A. (2020). Analisis Kebijakan Penataan Pedagang Kaki Lima Dalam Perspektif Kebijakan Deliberatif. *Jurnal Governansi*, 6(2), 93-103.

Handika, A., & Siti Fatimah, N. H. (2017). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima (Studi Di Seputar Alun-Alun Kabupaten Klaten)*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Lasaiba, M. A. (2006). Evaluasi lahan untuk permukiman dalam pengembangan wilayah Kota Ambon. *Tesis*. <http://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/31752>

Lasaiba, M. A. (2016). Dimensi Spasial Karakteristik Sebaran Dan Deviasi Pola Pegunungan Lahan Terhadap Ekosistem Pesisir Di Kota Ambon. *Jendela Pengetahuan*, 9(1), 24-34

Lasaiba, M. A. (2012). Perubahan penggunaan

lahan di kota Ambon tahun 2002-2009.  
*Disertasi.*

<http://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/54572>

- Maspuadi, M., Witarsa, W., & Achmadi, A. (2019). Analisis Perkembangan Pedagang Kaki Lima Di Lingkungan Universitas Tanjungpura Pontianak. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa*, 8(9), 14-21.
- Rijal, S., & Tahir, T. (2022). Analisis Faktor Pendorong Terjadinya Urbanisasi di Wilayah Perkotaan (Studi Kasus Wilayah Kota Makassar). *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 3(1), 262-276.
- Rukmana, M. G., & IP, S. (2019). Peran Satuan Polisi Pamong Praja Dalam Penertiban Pedagang Kaki Lima Di Kota Semarang. *Jurnal Konstituen*, 1(2), 67-78.
- Widjajanti, R. (2009). Karakteristik Aktivitas Pedagang Kaki Lima Pada Kawasan Komersial Di Pusat Kota Studi Kasus: Simpang Lima, Semarang. *Teknik*, 30(3), 162-170.
- Widjajanti, R., & Surya, O. L. (2007). anggeriani, A. Z. (2016). Kawasan Pedagang Kaki Lima Di Makassar (Studi Kasus Jl. Nikel Raya). Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. Antara, I. K. A., & Aswitari, L. P. (2016). Beberapa Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima Di Kecam. *Jurnal Tata Loka*, 9(3).
- Zulhijahyanti, H., Safira, K. A. A., Saputri, L. L., & Permana, E. (2021). Strategi Mempertahankan Usaha Pedagang Kaki Lima (Pkl) Di Masa Pandemi Covid19. *Inovasi*, 8(1), 21. <https://doi.org/10.32493/inovasi.v8i1.p21-29.11490>