MANIS : Jurnal Manajemen & Bisnis
Vol. 7, No. 2, Hal 103-114
E-ISSN 2614-0160 | P-ISSN 2597-7830

Strategi Pendapatan Pedagang Kaki Lima Dalam Mempertahankan Usahanya Di Lapak Mangga Dua Kota Ternate

Inda S. Marajabessy[1,*], Rahman Dano Mustafa[2], Fajri Hatim[3]

[1]Mahasiswa Prodi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Khairun
[23]Dosen Prodi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Khairun

[*]Email Korespondensi : indasmazabessy@gmail.com

Abstract
This research aims to determine the strategies of street vendors in Lapak Mangga Dua, Ternate City, in maintaining their business. The type of research used is descriptive analysis and SWOT analysis methods. The data used in this research is primary data. The sample in this research was 38 street vendors at Lapak Mangga Dua, Ternate City. The results of this research use the average business income of street vendors in Mangga Dua of more than 7,000,000 per month.
Keywords: *Strategy, Income, Street Vendors*

Abstrak
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pedagang kaki lima di Lapak Mangga Dua Kota Ternate, dalam mempertahankan usahanya. Jenis penelitian yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dan analisi SWOT, adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 38 orang pedagang kaki lima di Lapak Mangga Dua Kota Ternate. Hasil penelitian ini mengunakan pendapatan usaha pedagang kaki lima di Mangga Dua Rata-rata sebesar 7.000.000 lebih tiap bulan
Kata Kunci: Stretegi, Pendapatan, Pedagang kaki lima

Received: 14-08-2023; Accepted: 06-02-2024; Published: 08-03-2024

PENDAHULUAN

Perkembangan usaha pedagang kaki lima memiliki peran penting di suatu daerah dalam meningkatkan perekonomiannya, salah satunya di kel. Mangga Dua kota Ternate Selatan, Provinsi Maluku Utara sebagai salah satu kota warisan sejarah, sejak dahulu karena terkenal hasil alamnya, berupa rempah-rempah seperti cengkeh, palah, kopra dan lain-lain bahwa kemudian menjadi daya tarik dengan salah satu alasan daerah yang akan didatangi oleh negara asing karena saat itu dimana, masyarakat setempat pun menjadikan sektor tersebut sebagai mata pencaharian unggulan secara turun temurun atau tentunya menjadi sumber pendapatan tersendiri bagi masyarakat (Darsanto, Effendy, & Nuryanto, 2021).

Kepentingan pemetaan kawasan sentral produksi bagi pengembangan pedagang kaki lima di Provinsi Maluku Utara, setelah melalui tahapan pengumpulan data serta analisis namun telah teridentifikasi potensi dengan sentra pedagang kaki lima di Kota Ternate. Sentra produksi unggulan merupakan satu kesatuan fungsional secara fisik lahan, geografis, agroklimat, infrastruktur, dengan kelembagaan serta sumberdaya manusia, adapun berpotensi akan berkembangnya kegiatan ekonomi dibawah pengaruh pasar dari suatu produk akan mempunyai nilai jual dan daya saing.

Kota Ternate dalam aktifitas perekonomiannya berdasarkan beberapa analisis serta perkembangannya adalah suatu wilayah maka di dominasi oleh peranan sektor sekunder dengan tersier. Perkembangan industri di Kota Ternate cukup pesat terutama akan berskala kecil dan menengah Industri berkembang di Kota Ternate merupakan jenis industri kecil dan rumah tangga. Jenis industri ini cukup banyak di wilayah ini maka penggunaan teknologi akan relative sederhana dan keterbatasan aspek permodalan. ataupun jenis industri yang ada sebagian besar berskala kecil tapi cukup mampu menyerap tenaga kerja sehingga dapat mengurangi angka pengangguran di Kota Ternate.

Dimana diketahui bahwa Pemerintah Daerah Kota Ternate cukup proaktif dalam rangka upaya-upaya pengembangan pedagang kaki lima berbasis lokal sebagai pedagang lemah yang harus dikembangkan. Adapun upaya dimaksud adalah memfasilitasi pengembangan usaha berupa fasilitasi pemberian bantuan bahan atau barang pendukung produksi PKL dengan fasilitasi penyediaan akses pemasaran produk, adapun upaya pelaksanaan pengembangan PKL berupa penyediaan data PKL dengan menfasilitasi dengan mempermudah akses pengurusan perizinan usaha serta melakukan penilaian dan evaluasi pedagang kaki lima berbasis data.

Selain itu salah satu tempat usaha akan gemar di kunjungi oleh pengunjung atau masyarakat lokal yaitu di kelurahan mangga dua Kota Ternate selatan, selain panoramanya akan memikat, maka terdapat pedagang kaki lima yang menyediakan berbagai prodak untuk di jual.

Berdasarkan uraian fenomena di atas, maka melalui riset dan penelitian ini di harapakan permasalahan pedagang kaki lima bisa teratasi baik dari aspek permodalan, akses pasar dan tekonologi serta lemahnya manajemen usaha dapat di tangani oleh pemerintah dan pedagang kaki lima. Dalam hal ini riset dan penelitian sebagai sebuah upaya membantu, mengarakan dan mendukung kelompok pedagang kaki lima, melalui perumusan masalah, perencanaan, melaksanakan dan mengeovaluasi dalam pengembangan usaha.

KAJIAN PUSTAKA

Strategi Pemasaran

Menurut (David dan Rangkuti, 2014:3) berpendapat bahwa strategi merupakan alat uantuk mencapai tujuan dalam perkembagangnnya, dan konsep mengenai strategi agar terus berkembang. Menurut (Phillip Kotler dan Keller, 2012) pemasaran merupakan suatu proses sosial di mana individu dan kelompok mendapatakan apa yang mereka butuh dan inginkan dengan menciptakan dan mempertukarkan produksi dan nilai dimana individu dan kelompok lainnya. Strategi pemasaran menurut Phillip Kotler dan Amstrong (2012) meupakan logika pemsaran dimana

perusahan berhadap dapat menciptakan nilai bagi customer dan dapat mecapai hubungan yang menguntungkan dengan pelangan.

Pendapatan

Pendaptan yaitu sesuatu yang diperoleh dari menjual sesuatu yang mengahasilkan keuntugan (Menuk s dan Wibowo, 2016) Pendapatan dapat di golongkan menjadi beberapa macam, diantaranya penggolongan, pendapatan dibagi menjadi dua adalah: 1) Pendaptan kotor: merupakan pendapatan yang diterima oleh pedagang sebelum dikurangi dengan biaya. 2) Pendapatan bersih: merupakan pendapatan yang diterima oleh pedagang setelah dikurangi dengan biaya-biaya. Faktor yang mempengaruhi pendaptan dalam penelitian ini adalah: 1) Jumlah Faktor, Produksi Faktor produksi ini meliputi modal usaha, pengalaman usaha, dan jam kerja 2) Harga Barang itu sendiri, Harga barang itu sendiri artinya jika barang yang kita jual belikan itu murah maka akan banyak konsumen yang membelinya, namun jika harga yang kita tawarkan mahal maka konsumen pun akan berpikir sebelum membeli barang tersebut.

Teori Pendapatan Usaha

Menurut Sukirno (2000) pendapatan merupakan unsur yang sangat penting dalam sebuah usaha perdagangan, karena dalam melakukan suatu usaha tentu ingin mengetahui nilai atau jumlah pendapatan yang diperoleh selama melakukan usaha tersebut. Dalam arti ekonomi, pendapatan merupakan balas jasa atau peggunaan faktor-faktor produksi yang dimiliki sektor rumah tangga dan sektor perusahaan yang dapat berupa gaji atau upah, sewa, bunga serta keuntungan/profit (Hendrik, 2011)

Peningkatan Pendapatan

Menurut Sukirno pendapatan merupakan jumlah penghasilan yang diterima oleh penduduk atas prestasi kerjanya selama satu periode tertentu, baik harian, mingguan, bulanan, ataupun tahunan. Yang memiliki sumber pendapatan sebagian besar rumah tangga di pedesaan tidak hanya dari satu sumber, melainkan dari beberapa sumber yang dapat dikatakan rumah tangga melakukan diversifikasi pekerjaan atau memiliki aneka ragam sumber pendapatan.

Pendapatan merupakan unsur yang sangat penting dalam sebuah usaha perdagangan, karena dalam melakukan suatu usaha tentu ingin mengetahui nilai dan jumlah pendapatan yang diperoleh selama melakukan usaha tersebut. Dalam arti ekonomi, pendapatan merupakan balas jasa atas penggunaan factor produksi yang akan dimilki sektor rumah tangga dan sektor perusahaan yang dapat berupa gaji/upah sewa, bunga serta keuntungan/profit.

Berdasarkan ilmu ekonomi, pendapatan merupakan hasil dari kegiatan penjualan barang dan jasa di sebuah perusahan dalam periode tertentu sebenarnya tidak hanya dari hasil penjualan, pendapatan sebuah perusahan bisa juga berasal dari bunga atau aktifitas perusahan yang di gunakan oleh pihak lain, didevide, dan royaliti.

Pedagang Kaki Lima

Pengertian pedagang kaki lima menurut ensiklopedia bebas berbahasa Indonesia merupakan istilah untuk menyebut penjaja dagangang yang mengunakan gerobak. Kelima kaki tersebut merupakan dua kaki pedagang ditambah tiga (kaki) gerobak (yang sebenarnya merupakan tiga roda atau dua roda dan satu kaki). Dari beberapa pandagan tersebut dapat di ambil satu benang merahnya bahwa yang di maksud dengan pedagang kaki lima adalah mereka yang berjualan di tempat-tempat umum yang sifatnya tidak permanen, bermodal kecil dan di lakukan secara peribadi atau kelompok (Sarmita dan Treman, 2017)

Kondisi Ekonomi PKL dikawasan reklamasi pantai Mangga Dua Kota Ternate

Kawasan disepanjag kelurahan mangga dua kota ternate selatan dilarang untuk berjualan. Namun faktanya, lapak pedagang tampak berjejeran. Lebih aneh lagi, Pemkot Ternate melakukan penagihan retribusi kepada pedagang dikawasan tersebut. Atas tindakan Pemkot, kepala

Ombudsman Maluku Utara (Malut) Sofyan Ali, angkat bicara. Sofyan menilai pemerintah kota ternate harus lebih konsisten dalam penataan kawasan demi kepentingan masyarakat. "pemerintah kota ternate harus lebih konsisten, kalau kawasan tersebut tidak diperuntukkan untuk pedagang kaki lima yang harus konsiste untuk melakukan penataan," ujar Sofyan ketika di konfirmasi diruang kerjanya. Kata Sofyan, kalaupun ada retribusi atau penagihan, pertanyaan kemudian apakah pungutan tersebut masuk ke kas daerah atau tidak?. Sofyan meyakini penagihan retribusi tersebut tidak akan masuk ke kas daerah. Sebab menurut dia, setiap pendapatan yang masuk ke kas daerah harus didapat dari cara-cara yang legal.

"Legalnya seperti apa? Ya kalau kawasan itu di khususkan untuk pedagang, tetapi bukan khusus pedagang kemudian ditagih, maka potensi penyimpangan itu terjadi, sehingga harus dilakukan audit terhadap penerima retribusi tersebut, karena bisa jadi itu tidak masuk ke kas daerah," Pungkasnya (Ecal).

Seperti yang dilihat sekarang, Mangga Dua Pantai merupakan wilayah perdagangan bagi pengusaha, lapak jual pulsa, cilok, es kelapa, bakso, dan lain sebagainya. Kota ternate juga merukan kota termaju disektor ekonom. (Muhammad Faisal Bian, 2007).

Analisis SWOT

Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats) adalah indentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk menentukan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (Strengths) dan peluang (Opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (Weaknesses) dan ancaman (Threats).

Analisis SWOT apabila dilihat berdasarkan filosofinya analisis SWOT merupakan suatu penyempurnaan pemikiran dari berbagai kerangka kerja dan rencana strategi yang perna diterapkan baik dimedan pertempuran maupun bisnis. Sebagaimana telah dikemukakan oleh Sun Tzu, bahwa apabila kita mengenal kekuatan dan kelemahan lawan sudah biasa dipastikan bahwa kita akan dapat memenangkan pertempuran.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada Lapak Mangga Dua Kelurahan Mangga Dua Kecamatan Kota Ternate Selatan Kota Ternate Provinsi Maluku Utara. Pemelihan Lapak Mangga Dua Kecamatan Kota Ternate, dikarenakan daerah ini merupakan salah satu daerah perdagangan yang relatif besar serta mudah di jangkau dari rumah tangga. Selain itu, secara teknis, daerah ini mudah dijangkau oleh peneliti sehingga mempermudah penelitian karena efesiensi biaya dan waktu.

Populasi dalam penelitian ini adalah pedagang kaki lima yang ada di Kel. Mangga Dua Kota Ternate Selatan. Sampel adalah sebagaian karakteristik atau ciri ya dimiliki oleh suatu populasi. Sampel diambil karena jumlah populasi yang terlalu banyak sehingga peneliti sangat sulit untuk mempelajari semuanya. Dalam pengambilan sampel menggunakan teknik proposive sampling di mana peneliti mengandalkan penilaiannya sendiri ketika memilih anggota populasi untuk berpartisipasi dalam penelitian.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Deskriptif bertujuan untuk menganlisis pendapatan PKL. Data yang dikumpulkan melalui proses verifikasi dan validasi data terlebih dahulu.

1. **Analisis Biaya**

Merupakan biaya dari penjumlahan biaya tetap dan biaya tidak tetap yang digunakan bersama-sama dalam proses produksi. Secara sistematis dapat ditulis dengan rumus sebagai berikut:

TC = FC+VC
Dimana
TC = Biaya Total
FC = Biaya Tetap
VC = Biaya Tidak Tetap

2. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui gambaran umum dan pendapatan dari pedagang kaki lima. Menghitung keuntungan usaha pedagang kaki lima untuk mengetahui tujuan pertama dalam penelitian ini, digunakan rumus sebagai berikut:

Rumus: $\prod = TR - TC$

Dimana

$\prod$ = Pendapatan

TR = Penerimaan Total (Total Revenue) TC =

Biaya Total (Total Cost)

Dimana untuk menjawab tujuan penelitian dengan metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis keuntungan pengrajin usaha Pedagang kaki lima. Tujuan akhir suatu usaha adalah mendapatkan laba (sisa usaha). Keuntungan diperoleh dengan menghitung selisih antara penerimaan yang diterima dari usaha PKL dengan biaya produksi yang dikeluarkan dalam satu musim. Penerimaan merupakan jumlah uang yang diterima dari hasil penjualan produk yang dihasilkan biaya merupakan jumlah uang dikeluarkan selama proses usaha pedagang kaki lima.

3. Analisis Penerimaan

Penerimaan diperoleh dari hasil perkalian jumlah produksi dengan harga jual yang dihasilkan, secara sistematis dapat dirumuskan sebagai berikut:

TR = P.Q

Dimana:

TR = Total Penerimaan (Rp)

P = Produksi Yang diperoleh (kg)

Q = Harga (Rp)

4. Analisis Pendapatan

Untuk mengetahui pendapatan yang diperoleh dalam satu musim dapat dihitung dengan analisis melalui pendekatan, yaitu:

Pd = TR-TC

Keterangan:

Pd = Pendapatan Pengrajin Usaha PKL

TR = Total Penerimaan (Revenue)

TC = Total Pengeluaran (total cost)

5. Analisis SWOT

Analisis SWOT Merupakan teknik analisis yang digunakan untuk mengevaluasi ke empat faktor pada usaha Pedagang kaki lima yaitu untuk mengetahui:

a. Kekuatan (*strengths*) Usaha Pedagang Kaki Lima
   1) Harga barang yang terjangkau membuat konsumen semakin mudah untuk mengakses.
   2) Lokasi dekat jalan raya memiliki tempat yang strategis dan mudah di akses oleh konsumen.
   3) Ketersediaan bahan baku adalah bahan yang sudah ada dilingkungan langsung.
b. Kelemahan (*weaknesses*) Usaha Pedagang Kaki Lima
   a. Tidak ada promosi pelanggan sehingga hal ini mempengaruhi konsumen dan pendapatan pelaku PKL
   b. Peralatan yang digunakan masih sederhana karena usaha pedagang kaki lima masih menggunakan alat-alat manual atau tradisional.
   c. Masih banyak barang yang diguankan oleh usaha pedagang kaki lima yang sudah siap dijual
c. Peluang (*opportunities*) Usaha Pedagang Kaki Lima
   a. Minta konsumen meningkat karena banyaknya masyarakat yang suka dengan pedagang kaki lima dan siap disajikan.

b. Pertumbuhan penduduk, adalah makin banyak pertumbuhan pendudukan makan akan semakin banyak anggota keluarga yang bisa membantu.
c. Perkembangan teknologi, dapat membantu dan mempromosikan usaha pedagang kaki lima

d. Ancaman (*threats*) Usaha Pedagang Kaki Lima
   a. Banyaknya produk sejenis karena usaha pedagang kaki lima kebanyakan memiliki varian rasa yang hampir sama.
   b. Banyak pesaing dengan lokasi yang berdekatan. Hal ini akan mempengaruhi pendapatan usaha PKL pedagang kaki lima (PKL).
   c. Iklim yang tidak pasti ini membuat usaha PKL pedagang kaki lima (PKL) sulit menjalankan usahanya.

Dalam rangka menciptakan suatu analisis SWOT yang baik dan tepat maka perlu kiranya dibuat model analisis SWOT yang *representative*. Penafsiran *representative* disini adalah bagaimana suatu kasus yang akan dikaji dilihat berdasarkan ruang lingkup dari aktivitas kegiatannya, atau dengan kata lain kita melakukan penyesuaian analisis berdasarkan kondisi yang ada. Yaitu dengan menggunakan pendekatan matriks SWOT.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Jenis kelamin Responden

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Perempuan	23	60%
laki-laki	15	39%
Total	38	100%

Sumber: Hasil Wawancara Responden (2023)

Dari tabel 1. diatas dapat dikatakan bahwa dalam penelitian ini yang menjadi subyek atau responden rata-rata yang paling banyak adalah perempuan Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa rata-rata responden berjenis kelamin perempuan.

Umur Responden

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Umur

Umur	Frekuensi	Persentase
20-30 Tahun	6	15%
32-37 Tahun	14	36%
40-50 Tahun	12	31%
>60-62Tahun	6	15%
Total	383	100%

Sumber: Hasil Wawancara Responden (2023)

Dari tabel 2. diatas dapat dikatakan bahwa penelitian ini yang menjadi subjek yang berusaha sebagai pedagang kaki lima yang berumur 20-30 Tahun sebanyak 6 orang (15 %), umur 32-37 Tahun sebanyak 12 orang (31%), umur 40-50 Tahun sebanyak 14 orang (36 %), umur 60-62 Tahun Sebanyak 6 orang (15%), dan umur yang diatas 60 Tahun sebanyak 3 orang

(4%). Sehingga dapat ditarik kesimpulan kebanyakan responden berumur 32-37 tahun yang sebanyak 14 orang.

Pendidikan Terakhir Responden

Tabel 3. Pendidikan Terakhir Responden

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Peresntase
Putus Sekolah	1	0,2%
SMP	5	13%
SMA	18	47%
SMK	9	23%
S1	5	13%
Total	38	100%

Sumber: Hasil Wawancara Responden (2023)

Dari tabel diatas menunjukan jumlah pada tingkat pendidikan terakhir Tidak Sekolah yaitu sebanyak 1 orang (0,2%), SMP sebanyak 5 orang (13 %), SMA sebanyak 18 orang (47 %), dan SMK sebanyak 9 orang (23%) dan S1 sebayak 5 orang (13%)

Pendapatan

Tabel 4. Pendapatan Pedagang Kaki Lima

NO	Pendapatan	Jumlah	Peresentase (%)
1	Rp 800.000-1.500.000	9	27.3%
2	Rp 2000.000-3.000.000	10	30.3%
3	Rp 4000.000-5000.000	11	28%
4	Rp 7000.000 Lebih	8	21%
	Total	38	100%

Sumber:Hasil Wawancara Responden 2023

Berdasarkan table diatas menunjukan bahwa pendaptan pedagang kaki lima dengan jumlah terbanyak adalah 9 orang tesponden dengan pendapatan Rp 800.000 – Rp 1.500.000 dengan proporsi 27.3%, sedangkan distribusi responden berdasrkan frekuensi dengan penerima Rp 2.000.000 - Rp 3.000.000 berjumalah 10 orang responden dengan proporsi 30.3% yang mendominasi pendaptan pedangang kaki lima adalah Rp 4.000.000 – Rp 5.000.000 berjumlah 11 orang responden dengan proporsi 28% hal ini menunjukan bahwa tingkat pendapatan pedangang kaki lima masi kurang baik karena banyaknya kebutuhan pedagang kaki lima dengan itu lebih pendaptan Rp 7.000.000 berjumlah 8 responden dengan proporsi 21%.

Modal Awal

Tabel 5. Modal Awal Pedagang Kaki Lima

NO	Modal Awal	Jumlah	Presentase
1	Rp 80.000-2000.000	8	24%
2	Rp 2.500.000-3000.000	10	30%
3	Rp 3.200.000-4.500.000	9	27%
4	Rp 5000.000 Lebih	11	28%
	Total	38	100%

Berdasarkan tabel di atas menunjukan bahwa pedagang kaki lima dengan jumlah terbanyak adalah 8 orang dengan modal awal Rp 800.000- Rp2.000.000Sedangkang distribusi responden berdasrkan frekuensi dengan 24% sedangkan distribusi responden berdasarkan frukuensi dengan penerima Rp 2.500.000 – Rp 3.000.000 berjumlah 10 dengan proporsi 30% yang mendominasi modal awal pedagang kaki lima adalah Rp 3.2.00.000- Rp 4.500.000 berjumlah 9 orang dengan proporsi masi kurang baik baik karena banyaknya kebutuhan pedagang kaki lima dengan sisahnya sebesar 11 orang reseponden mengunakan modal awal sebesar diatas Rp 5000.000 dengan proporsi 28%.

Jam Kerja

Tabel 6. Jam Kerja

No	Jam Kerja	Jumlah	Presentase
1	Jam 5-10	19	58%
2	Jam 11-18	19	58%
Total		38	100%

Sumber: hasil wawancara responden 2023

Bersarkan tabel diatas menunjukan bahwa jam kerja pedagang kaki lima berkaitan erat dengan suasana atau waktu aktivitas perkotaan dalam arti semakin ramai kegiatan akan semakin banyak penjual baik makanan maupun minuman. Ternate sebagai salah satu kota yang dikenal dengan dangang khususnya dikelurahan Mangga Dua, beberapa responden penelitian memliki jam aktivitas sebanyak 1 kali 24 jam. Disekitar jalan reklamasi, masyarakat melakukan aktivitas disekitar lokasi tersebut umumnya pada jam 5 sore sampe jam 10 malam hari sekitar 19 responden atau sebesar 58% sedangkan untuk jam 11 siang sampai 6 malam hari sebanyak 19 orang resonden atau sebasar 58%.

Lama Buka Lapak

Tabel 7. Lama Buka Lapak

No	Lama Buka Lapak	Jumlah	Presentase
1	3 – 5 Tahun	20	52.3%
2	4-6 Tahun	18	47%

	Jumlah	38	100%

Sumber: hasil wawancara responden (2023)

Berdasarkan tabel di atas dapat di ketahui bahwa lama buka lapak pedangang kaki lima 3 sampai 5 tahun dengan jumlah 19 responden sebesar 57,3% sedangkan 4 samapi 6 dengan jumlah 14 responden sebesar 42,4%.

Pembahasan

Berdasarkan analisis dan kondisi, terdapat 4 macam faktor Analisis SWOT yaitu:

a. Analisis Lingkungan Internal

1. Kekuatan (Strengths)
   - Harga terjangkau produk yang di jual para pedahang kaki lima ini juga dapa di jangkau oleh semua kalangan.
   - Lokasi dekat jalan raya yang sangat strategis dan pelayanan yang di lakukan cukup baik untuk membuat konsumen merasa nyaman.
   - Ketersediaan Bahan Baku, dagangan yang di jual oleh pedagang kaki lima barang menta dan setenga jadi makanan yang tidak di proses dan di peoses dagangan yang di jual seperti minuman dan makanan.
2. Kelemahan (weaknesses)
   - Tidak ada promosi untuk penlanggan, sistem promosi tidak di lakukan dengan memanfaatkan teknologi maupun dengan cara yang lain.
   - Peralatan Yang Digunakan Masih Sederhana, seperti yang kita ketauhi bahwa pedagang kaki lima pada umumnya masi mengunakan peralatan yang sederhana yang dengan sesuai jenis dagangan yang di jual.
   - Kemasan Masih Sederhana, kemasan di angap sangat penting dalam strategi pemasaran, kemasan juga memiliki peranan yang sangat penting bagi sebuah produk
3. Peluang (*opportunity*)
   - Minat Konsumen Meningkat, Lapak Mangga Dua Kota Ternate adalah salah satu objek tempat berdagangnya pedagang kaki lima yang sering ramai pengunjung sehingga dapat menguntungkan bagi pedagang kaki lima
   - Pertumbuhan Penduduk meningkat, menimbulkan bebagi permasalahan yang rumit, karena pihak pemerinta khususnya pemerintah kabupaten belum bisa atau lambat mengantisipasi adanya peningkatan penduduk yang cepat.
   - Perkembangan Teknologi Informasi, memanfaatkan teknologi seperti sosial media untuk mempromosikan jualannya.
4. Ancaman (Theart)
   - Banyaknya Produk Sejenis, persaingang yang ketat di karenakan jualan para pedagang kaki lima di Lapak Mangga Dua hampir semua sama jeinisnya.
   - Banyak pesain dengan lokasi yang berdekatan, ini akan membuat konsumen beralih permintaannya terhadap prodak lain yang justru berbeda dengan prodak sejenisnya, apa lagi dengan banyaknya pesain dengan lokasi yang berdekatan sehingga usaha tersebut akan bisa terancam bangkrut karena pendapatannya tidak sesuai dengan pengeluaran modal usaha
   - Iklim yang tidak pasti, cuaca yang tidak pasti atau hujan yang berkepanjangan membuat pelaku PKL pedagang kaki lima tidak bisa menjalankan aktifitas usahanya dan ini mempengaruhi pendapatan usaha.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Kelurahan Mangga Dua Kota Ternate Kecematan Ternate Selatan Mengenai analisis pendapatan usaha pedangang kaki lima berbahan dasar bahan baku tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pendapatan usaha pedagang kaki lima di Kelurahan Mangga Dua Kota Ternate Selatan dalam satu bulan rata-rata Rp 7000.000 lebih.
2. Factor internal dan factor eksternal dalam kegiatan usaha pedagang kaki lima adalah:
   a. Kekuatan (Strength)
      Kekuatan yang dilmiliki pedagang kaki lima yaitu harga prodak yang terjangkau sehingga konsumen dapat memilikinya dengan mudah, selain itu lokasinya usaha pedagang kaki lima berdekatan dengan jalan raya dan hal ini memudahkan akses bagi pedagang dan pembeli. Selanjutnya ketersediaan bahan baku juga menjadi faktor penting bagi usaha pedagang kaki lima dalam menjalankan usahanya.
   b. Kelemahan (Weaknesses)
      Kelemahan yang dimiliki oleh pedagang kaki lima yaitu tidak adanya promosi untuk pedagang, sehingga ini mempengaruhi peningkatan jumlah konsumen dan akan berpengaruh pada pendapatan usaha. Begitu juga dengan peralatan dan kemasannya yang masih sederhana justru mempengaruhi peningkatan produktifitas terhadap usaha dalam pengembangan suatu produk usahanya.
   c. Peluang (Opportunity)
      Karena adanya minat konsumen, perkembangan teknologi dan perkembangan penduduk yang semakin meningkat sehingga pedagang kaki lima mendapatakan peluang yang sangat besar. Karena perkembangan atau pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat akan mempengaruhi jumlah permintaan atau miat konsumen, begitu pula perkembangan teknologi juga akan menjadi instrument bagi usaha dalam pengembagan prodak usahanya.
   d. Ancaman (Theart)
      Ancaman yang diperhadapkan pelaku usaha pedagang kaki lima di mangga dua adalah banyaknya Produk Sejenis, Banyak pesaing dengan lokasi yang berdekatan, dan juga Iklim yang tidak pasti. Banyaknya produk sejenis ini akan membuat konsumen beralih permintaannya terhadap prodak lain yang justru berbeda dengan prodak sejenisnya, apa lagi dengan banyaknya pesain dengan lokasi yang berdekatan sehingga usaha tersebut akan bisa terancam bangkrut karena pendapatannya tidak sesuai dengan pengeluaran modal usaha. Selain itu cuaca yang tidak pasti atau hujan yang berkepanjangan membuat pelaku usaha pedagang kaki lima tidak bisa menjalankan aktifitas usahanya dan ini mempengaruhi pendapatan usaha.
3. Strategi peningkatan pendapatan yang tepat bagi pedagang kaki lima, dilakukan indentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang berpengaruh bagi pedagang kaki lima. Melalui faktor internal dapat diketahui dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki, sedangkan melalui faktor-faktor internal dapat diketahui peluang dan ancaman yang dihadapi usaha pedagang kaki lima.
4. Usaha pedagang kaki lima berbahan dasar bahan baku di Kelurahan Mangga Kota Ternate selatan dapat meningkatkan pendapatan usaha secara signifikan.

Saran

Berdasarkan penelitian yang telah di lakukan, maka penulisan mengemukakan beberapa saran sebagai berikut:

1. Pedagang kaki lima di Lapak Mangga Dua Kota Ternate untuk tetap konsisten menjaga kebersiahan jualannya dan pelayanan kepada konsumen.

2. Pedagang kaki lima di Lapak Mangga Dua Kota Ternate harus bisa mempunyai keunikan sendiri agar beda dari yang lain.
3. Untuk para pedagang kaki lima di Lapak Mangga Dua Kota Ternate yang masi belum mempromosikan jualannya disosial media untuk segara mulai mengikuti trend promosi mengunakan saran media sosial.
4. Untuk peneliti selanjuatnya, hasil penelitian ini bisa di lanjutkan dan di kembangkan dimasa yang akan dating baik itu dengan teknik analisis SWOT maupun teknik analisis lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

Ariani, A., & Utomo, M. N. (2017). Kajian Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Kota Tarakan. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, *13*(2), 99–118. https://doi.org/10.33830/jom.v13i2.55.2017

Cipta, H., Lindungi, D., Mengutip, D., Medan, U., Document, A., & From, A. (2019). *Miswar Program Studi Magister Psikologi Program Pascasarjana Universitas Medan Area Medan 2019 Tesis Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Magister Psikologi Pada Program Pascasarjana Universitas Medan Area Program Pascasarjana Medan*.

Darsanto, D., Effendy, K., & Nuryanto, N. (2021). Analisis Peningkatan Perekonomian Daerah Melalui Umkm Dalam Mengelola Produk Kearifan Lokal Di Kota Ternate Provinsi Maluku Utara. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, *5*(3), 440–449. https://doi.org/10.36312/jisip.v5i3.2186

Di, U., & Pangkep, K. (2022). *Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Nur Ismi Nim : 105741100718 Program Studi Ekonomi Islam*.

Hasan, N. I. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro (Studi Pada Nasabah BMT As-Salam). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, *5*(01), 73. https://doi.org/10.29040/jiei.v5i01.464

Lakamisi, H., & Usman, R. (2016). Analisis finansial dan strategi pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) kacang vernis. *Agrikan: Jurnal Agribisnis Perikanan*, *9*(2), 57–65. https://doi.org/10.29239/j.agrikan.9.2.57-65

Lestari, D., Masruchin, & Nur Latifah, F. (2022). Penerapan Strategi Pemasaran Syariah Pada Umkm Franchise Pentol Kabul Dalam Meningkatkan Pendapatan. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, *5*(1), 216–229. https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5(1).9243

Mongkito, A. W., Sutra, M., Utomo, A. P., Mahfudz, M., Nurjannah, N., & Santri, D. (2022). Strategi Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Pada Masa Pandemi Covid-19 Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi : EKS MTQ KOTA KENDARI). *Robust: Research of Business and Economics Studies*, *1*(2), 93. https://doi.org/10.31332/robust.v1i2.3612

Nainggolan, H. L., Aritonang, J., Ginting, A., Sihotang, M. R., & Gea, M. A. P. (2021). Analisis Dan Strategi Peningkatan Pendapatan Nelayan Tradisonal Di Kawasan Pesisir Kabupaten Serdang Bedagai Sumatera Utara. *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan Dan Perikanan*, *16*(2), 237. https://doi.org/10.15578/jsekp.v16i2.9969

Pontoh, R., & Morad, A. M. (2022). Strategi Kebijakan Pemerintah Daerah: Peningkatan Kapasitas Produksi, Penyerapan Tenaga Kerja dan Peningkatan Pendapatan UMKM. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan …*, *4*(2), 705–710. https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i2.2484

Putri, E. W., Isnaini, R. A., & Tristiana, S. P. (2022). Peran Sistem Digital Payment Sebagai Strategi Peningkatan Pendapatan pada Usaha. *Prosiding National Seminar on Accounting, Finance, and Economics (NSAFE)*, *2*(2), 17–30.

Setioko, S., Fitriani, Y., & Munawaroh, K. (2021). Strategi Peningkatan Usaha Kecil Mikro dan Menengah (UMKM) di Era Pandemi Covid-19 Pada Kota Metro. *Journal of Community Development*, *2*(2), 60–65. https://doi.org/10.47134/comdev.v2i2.24

Tayana, D. (2022). *Melalui Program Bumdes Boss Muda Desa Panti Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Desember 2022*.

Umasugi, L. (2018). Pemetaan Kawasan Sentra Produksi bagi UMKM di Kota Ternate. *Agrikan: Jurnal Agribisnis Perikanan*, *11*(1), 43. https://doi.org/10.29239/j.agrikan.11.1.43-48

Wahyuningsih, S. (2009). Sri Wahyuningsih Peranan UKM Dalam Perekonomian Indonesia. *Mediagro*, *5*(1), 1–14.

Satisfaction, J. O. B., Pt, A. T., Mandiri, B., Tbk, P., Of, B., & Maluku, T. (2018). Jurnal EMBA. 4(1), 1356–1368.

PRAKOSO, J. (2013). Peranan Tenaga Kerja, Modal, Dan Teknologi Terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat Nelayan Di Desa Asemdoyong Kecamatan Taman Kabupaten Pemalang. http://lib.unnes.ac.id/20041/1/7450406043.pdf

Pendapatan Pengerajin Kerupuk Puli Bawang Di Desa Tirtomoyo Kecamatan Ampelgading Kabupaten Malang Jawa Timur. Angewandte Chemie International Edition, 6(11), 951–952., February, 5–24.

Rangkuti, F. (2008). Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. PT.Gramedia Pustaka Utama : Jakarta.

Rompas, W. F. I. (2018). Analisis Pengaruh Tingkat Suku Bunga Dan Nilai Tukar Terhadap Permintaan Kredit Pada Perbankan Di Kota Manado. Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, 18(2), 204–215.

Saadudin, D., Rusman, Y., & Perdani, C. (2017). ANALISIS BIAYA, PENDAPATAN DAN R/C USAHATANI JAHE (Zingiber officinale). Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh, 3(2), 85. https://doi.org/10.25157/jimag.v3i2.216

Sihaloho, L. (2018). Pengaruh Efikasi Diri (Self Efficacy) Terhadap Hasil Belajar Ekonomi Siswa Kelas Xi Ips Sma Negeri Se-Kota Bandung. JINoP (Jurnal Inovasi Pembelajaran), 4(1), 62. https://doi.org/10.22219/jinop.v4i1.5671

Sudiani, N., & Darmayanti, N. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Pertumbuhan, Dan Investment Opportunity Set Terhadap Nilai Perusahaan. None, 5(7), 245861.

Sugiyono, 2010. Metode Penelitian Sosial. Alfabeta : Bandung.

Syahutama, R. N. (2017). (2017). Analisis Pengaruh Modal dan Tenaga Kerja Terhadap Technology, I. (2016). ANALISIS KOMPARASI USAHA PADI DAN USAHA TANI KELAPA SAWIT. 1–17.

Tri Lestari, S.P, & Mustikarini, E. D. (2017). Potensi genetik klon ubi kayu local Bangka sebagai sumber pangan dalam menunjang ketahanan pangan nasional.

Tiyas, Ratna Dewi Mulyaning, and Samudi. “Kalayakaan Usahatani Sayuran Hidroponik Guyup Rukun Kediri” Manajemen Agribisnis: Jurnal Agribisnis 21. 2 (2021).

Untari, Untari. “Analisis Usahatani Beberapa Varietas Padi dengan menggunakan Revenue Cost Ratio (R/C Ratio).”

Vidya, K. (2018) Analisis break even point sebagai alat perencanaan laba pada pabrik minyak kayu putih sukun ponorogo (Doctoral dissertation Universitas Muhammadiyah Ponorogo).

Winarti, B. (2021). Status awal dalam jual beli jenjet jagung perspektif hukum ekonomi syariah. (doctoral dissertation, IAIN Metro)