

Analisis Strategi Pedagang Kaki Lima dalam Mempertahankan Usaha pada Masa Pandemi Covid-19 di Kecamatan Sekarbela

Jakranah

jakranah.rana@gmail.com

Universitas Mataram

Titi Yuniarti

tri.yuniarti@gmail.com

Universitas Mataram

I Gusti Ayu Arini

ayu.arini@gmail.com

Universitas Mataram

Abstract

This study aims to determine and analyze the strategy of street vendors in maintaining business during the covid-19 pandemic in Sekarbela district. The research method used is a qualitative research method with data collection techniques of observation, interviews and documentation. The results of this study indicate that during the Covid-19 pandemic, street vendors felt the impact of a decrease in sales turnover compared to the period before the pandemic, it is known that the implementation of health protocols, one of which is wearing a mask, is applied by several street vendors when serving consumers in addition to personal hygiene and hygiene. place of business is maintained. Street Vendors do not have a specific strategy, but several ways are used to survive against the turmoil of the Covid-19 pandemic, namely by promoting through social media accounts such as WhatsApp, Instagram, and Facebook. In addition, they implement sales through E-Commerce such as Go-Food and Grab-Food. Street vendors who do not understand the use of social media choose to continue selling with the traditional system. Street vendors provide a variety or variety of flavors in their sales to attract consumers. In terms of manpower, street vendors do not require a lot of manpower because street vendors are small businesses. The technology used by street vendors, they only use simple technology that is directly related to business production processes, such as milling tools for sugar cane, juicers for oranges, glass cup presses and gas stoves..

Keywords : covid-19 pandemic, strategy, street vendor

1. Pendahuluan

Pada tahun 2020 terdapat fenomena yang membuat berbagai negara dibelahan bumi ini berduka. Adanya penyebaran virus baru yang bernama coronavirus (SARS-CoV-2) dan penyakitnya disebut *Coronavirus Disease 2019* (Covid-19). Penyebaran virus Covid-19 ini berdampak luar biasa bagi masyarakat luas, perusahaan baik swasta maupun nasional, serta pemerintahan. Di tengah pandemi ini masyarakat dituntut untuk senantiasa menjaga jarak dalam berhubungan dengan orang lain. Masalah ini semakin serius, sejak ditetapkannya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) meliputi pembatasan kegiatan penduduk di suatu wilayah yang diduga terinfeksi Covid-19 termasuk pembatasan terhadap pergerakan orang/barang dalam satu provinsi dan atau kabupaten/kota. Sejak diterapkan kebijakan tersebut, mengakibatkan perekonomian menjadi melemah karena daya beli konsumen ikut menurun. Hal tersebut berimbas ke pelaku usaha seperti Pedagang Kaki Lima, tidak sedikit pedagang yang kehilangan penghasilan dan harus gulung tikar akibat pandemi ini. Pedagang Kaki Lima yang kerap di singkat PKL melakukan kegiatan usaha dagang perorangan atau kelompok yang dalam menjalankan usahanya menggunakan fasilitas-fasilitas umum, seperti

trotoar, pinggir-pinggir jalan umum dan lain sebagainya (Astuti, Puji. Qalyubi, 2021). Selain menjadikan fasilitas umum sebagai tempat menjajakan usahanya, para PKL juga memilih tempat-tempat yang strategis seperti lapangan olahraga, sepanjang jalan yang ramai di lalui kendaraan maupun pejalan kaki, dan ada juga yang memanfaatkan pohon yang rindang sebagai tempat berjualan.

Diketahui dalam kondisi situasi pandemi ini masyarakat diharuskan menghindari penyebaran virus corona seperti masyarakat lebih meminimalisir interaksi langsung hingga perilaku berbelanja masyarakat pada umumnya juga ikut berubah. Selain itu banyak kegiatan atau transaksi jual beli yang beralih ke *online*. Untuk itu perlu adanya strategi berjualan yang merupakan langkah-langkah yang dilakukan agar mampu mempertahankan usaha. Salah satu cara untuk menghadapi permasalahan itu ialah harus dapat beradaptasi dengan keadaan, seperti strategi mengalihkan sistem penjualan ke *online* dengan pemanfaatan media sosial. Harapannya masyarakat luas dapat mengakses produk atau jasa yang ditawarkan dan omset penjualan tetap bisa di pertahankan dalam angka yang stabil. Berdasarkan hasil observasi beberapa Pedagang Kaki Lima (PKL) di Kecamatan Sekarbela mengalami dampak yang cukup serius pada saat pandemi Covid-19, hal tersebut terlihat dari gerobak-gerobak yang biasa digunakan untuk berjualan oleh PKL terlihat kosong atau tidak dipergunakan lagi artinya bahwa beberapa PKL gulung tikar alias sudah tidak mampu menghadapi dampak yang timbul. Namun di beberapa wilayah Kecamatan Sekarbela terlihat masih banyak PKL yang bertahan melawan gejolak pandemi Covid-19 dengan tetap menjajakan dagangannya. Kondisi ini melatarbelakangi penulis untuk melakukan penelitian dengan judul Analisis Strategi Pedagang Kaki Lima Dalam Mempertahankan Usaha Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kecamatan Sekarbela.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Pengertian Startegi

Menurut Mubarak (2009), kata strategi berasal dari bahasa Yunani "*strategos*" yang berasal dari "*stratos*" yang berarti militer dan 'ag' yang berarti memimpin. Menurut Jack Trout dalam Hasan (2010), startegi adalah bagaimana bertahan hidup dalam dunia yang semakin kompetitif, bagaimana membuat persepsi yang baik di benak konsumen, menjadi beda, mengenali kekuatan dan kelemahan pesaing, kepemimpinan yang memberi arah dan memahami realitas pasar dengan menjadi yang pertama, kemudian menjadi lebih baik.

2.2 Strategi Adaptasi

Adaptasi ialah suatu proses yang dialami oleh setiap individu dalam menghadapi dan menyesuaikan diri dari suatu lingkungan, sehingga menghasilkan keserasian dan keselarasan antara individu dengan lingkungan tersebut. Helmi dalam Zamri (2017) memandang adaptasi sebagai suatu perilaku responsif manusia terhadap perubahan-perubahan lingkungan yang terjadi, yang memungkinkan manusia untuk menata tingkah laku dan tindakannya agar dapat menyesuaikan diri dengan situasi dan kondisi yang ada.

2.3 Strategi Bertahan

Strategi bertahan hidup (*coping Strategi*) menurut Edi Suhartono dalam Suryantoro (2021) adalah kemampuan seseorang dalam menerapkan seperangkat cara untuk mengatasi berbagai permasalahan yang melingkupi kehidupannya. Selanjutnya Edi Suhartono menyatakan strategi bertahan hidup dalam mengatasi goncangan dan tekanan hidup dapat dilakukan dengan berbagai cara yang dikelompokkan dengan 3 cara, yaitu:

- 1) Strategi aktif, yaitu strategi yang mengoptimalkan segala potensi keluarga seperti melakukan aktifitas sendiri, memperpanjang jam kerja, memanfaatkan sumber daya alam di lingkungan sekitarnya.
- 2) Strategi pasif, yaitu mengurangi pengeluaran keluarga seperti pengeluaran sandang, pangan, pendidikan dan sebagainya.
- 3) Strategi jaringan, misalnya menjalin relasi yang baik secara formal maupun informal dengan lingkungan sosialnya dan lingkungan kelembagaan seperti meminjam uang

tetangga, mengutang di warung, memanfaatkan program kemiskinan, meminjam uang ke rentenir, atau bank dan sebagainya.

2.4 Promosi Melalui Media Sosial

Promosi melalui media sosial merupakan salah satu cara yang dilakukan perusahaan dalam memperkenalkan dan menawarkan produk mereka kepada konsumen karena sosial media memungkinkan pengguna untuk melakukan komunikasi dengan jutaan pengguna lainnya. Sosial media dapat berbagi informasi antara pengguna menjadi lebih mudah, karena selain dikases melalui komputer dapat diakses melalui *smartphone*. Bagi para pelaku usaha hal ini merupakan suatu potensi dan kesempatan yang sangat besar untuk digunakan sebagai salah satu alat komunikasi pemasaran (Moriandiah, 2015)

2.5 Upaya Mempertahankan Usaha di Tengah Pandemi Covid-19

Menurut Lestari (2020), ada 5 strategi yang bisa diupayakan untuk mempertahankan usaha di masa pandemi Covid-19, diantaranya yaitu :

- 1) Menjaga *cashflow* agar tetap stabil
- 2) Terapkan sistem layanan *delivery order*
- 3) Buat variasi produk yang relevan
- 4) Berikan insentif kepada pelanggan dalam bentuk promo
- 5) Menerapkan protokol kesehatan sesuai standar.

Seorang pelaku usaha kecil hanya akan bertahan jika cepat mengantisipasi situasi yang ada dengan melakukan sejumlah adaptasi.

2.6 Definisi Pedagang Kaki Lima

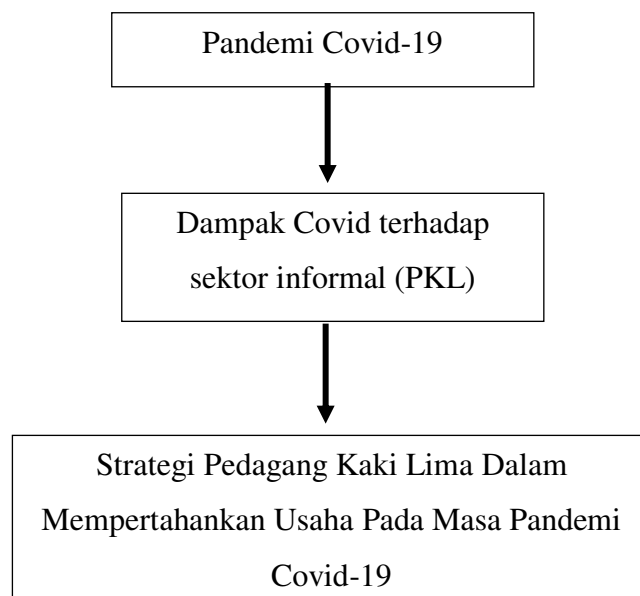
PKL merupakan salah satu jenis perdagangan dalam sektor informal yakni usaha kecil yang menjual barang dan jasa yang melibatkan roda perekonomian dan transaksi pasar. Menurut Nugroho (2003) dalam Saputra (2014), Pedagang Kaki Lima ialah istilah untuk menyebutkan penaja dagangan yang melakukan kegiatan komersial di atas daerah milik jalan (DMJ) di peruntukkan untuk pejalan kaki. Akan tetapi sistem PKL di pinggir jalan tidak permanen, artinya sewaktu-waktu dapat berpindah tempat, terkecuali PKL yang menggunakan sewa lahan untuk mejajakan usahanya.

Menurut Miranti (2012) dalam Hariyani (2021), bentuk sarana dagang yang digunakan Pedagang Kaki Lima dapat dikelompokkan sebagai berikut: 1) Gerobak/kereta dorong, 2) Pikulan/keranjang, 3) Warung semi permanen, 4) Kios, 5) Gelaran/alas. Adapun Pedagang Kaki Lima yang dimaksud dalam penelitian ini ialah Pedagang Kaki Lima yang berjualan di sepanjang jalan Kecamatan Sekarbela yang bergerak di bidang makanan dan minuman serta menggunakan badan jalan, trotoar, gerobak/kereta dorong, warung semi permanen dan gelaran/alas sebagai tempat para PKL tersebut menjajakan dagangannya.

2.7 Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Berdagang

Menurut Susanto (2019) dalam Febriyani (2021), faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi berdagang antara lain : a). Lingkungan masyarakat adalah kesediaan dari masyarakat di suatu daerah untuk menerima segala konsekuensinya baik itu positif ataupun negatif dari didirikannya suatu tempat usaha di daerah tersebut. b). Besarnya populasi, kepadatan penduduk dan karakteristik masyarakat menjadi faktor dalam mempertimbangkan suatu area perdagangan. c). Basis ekonomi yang ada seperti industri daerah setempat, potensi pertumbuhan, fluktuasi karena faktor musiman dan fasilitas keuangan wilayah tersebut.

2.8 Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

3. Metode penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian ini pada dasarnya mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, pemikiran orang secara individu maupun kelompok. Menurut Sugiyono (2013), penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah (lawannya adalah eksperimen), di mana peneliti merupakan instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.

Fenomenologi dalam kaitannya dengan dunia penelitian dipandang sebagai bentuk penelitian kualitatif. Pada hakikatnya penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena (fenomenologis) tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik. Desain penelitian fenomenologi ini menuntut peneliti untuk menggali informasi mengenai pengalaman dari tema penelitian berdasarkan hal yang terjadi di lapangan. Desain penelitian fenomenologi ini digunakan karena peneliti ingin menganalisis pengalaman informan mengenai strategi dalam mempertahankan usaha pada masa Pandemi Covid-19. Untuk memperoleh data maupun informasi peneliti menggunakan metode observasi, wawancara kepada informan, serta melakukan dokumentasi sebagai media pendukung ketika melakukan wawancara.

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data Sugiyono, (2013). Adapun teknik pengumpulan data yang di gunakan pada penelitian ini adalah observasi partisipasi pasif, wawancara semistruktur dan dokumentasi. Jenis data umumnya dibagi dua yaitu data kuantitatif dan data kualitatif, adapun pada penelitian ini penulis menggunakan data kualitatif dalam melakukan analisis. Menurut Noeng Muhadjir (1996) data kualitatif, ialah data yang disajikan dalam bentuk kata verbal bukan dalam bentuk angka yang di peroleh dari informan. Adapun Sumber data dalam penelitian ini didapatkan dari sumber data primer dan sekunder sesuai dengan tujuan penelitian.

Pemeriksaan terhadap keabsahan data pada dasarnya, selain digunakan untuk menyanggah balik apa yang dituduhkan kepada peneliti kualitatif yang mengatakan tidak ilmiah, juga merupakan sebagai sumber unsur yang tidak terpisahkan dari tubuh pengetahuan penelitian kualitatif (Meleong, 2018 : 320). Maka dari itu pemeriksaan keabsahan data penting

dilakukan untuk memberi keyakinan lebih dari hasil penelitian. Teknik pemeriksaan keabsahan data yang akan digunakan penulis dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik triangulasi.

Model analisis data dari penelitian ini akan menggunakan analisis data model Miles dan Huberman atau model interaktif. Aktivitas dalam analisis data model interaktif meliputi: pertama, Data collection (pengumpulan data, selanjutnya data reduction (reduksi data), data display (penyajian data), dan Conclusion drawing/verification (menarik kesimpulan) dengan di dukung oleh bukti yang valid.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Hasil Analisis Data

Kecamatan Sekarbela terdiri dari 5 kelurahan, yaitu Jempong Baru, Tanjung Karang, Karang Pule, Tanjung Karang Permai, dan Kekalik Jaya. Kecamatan Sekarbela terbagi atas 34 lingkungan dan 206 Rukun Tetangga (RT). Adapun jumlah penduduk Kecamatan Sekarbela pada tahun 2020 mencapai 77. 954 jiwa, dimana penduduk yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 38.473 jiwa dan yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 39. 481 jiwa (BPS, Kota Mataram).

Informan penelitian merupakan sumber utama yang membantu peneliti dalam mendapatkan informasi mengenai tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti telah menggali informasi dari Pedagang Kaki Lima dan konsumen. Berikut gambaran informan penelitian di maksud sebagaimana terdapat dalam tabel 4.1. di bawah ini:

Tabel 1. Data Informan

No.	Nama	Alamat	Jenis Kelamin	Pekerjaan	Keterangan
1	Sari	Perumnas	Perempuan	Pedagang Es Tebu	Informan Kunci
2	Marzuki	Pesinggahan	Laki-laki	Pedagang Es Kelapa Muda	Informan Kunci
3	Mulyono	Jawa	Laki-laki	Pedagang Es Buah	Informan Kunci
4	Abdullah	Kekalik	Laki-laki	Pedagang Jeruk Peras	Informan Kunci
5	Suriah	Karang Pule	Perempuan	Pedagang Kripik	Informan Kunci
6	Saidah	Kekalik Kebon	Laki-laki	Pedagang Bakso Goreng	Informan Kunci
7	Tia	Sekarbela Mas Mutiara	Perempuan	Pedagang Seblak	Informan Kunci
8	Saputra	Kekalik	Laki-laki	Pedagang Kentang	Informan Kunci
9	Al	Jawa	Laki-laki	Pedagang Sempol	Informan Kunci
10	Mahfud	Bima	Laki-laki	Pedagang Bakso Bakar	Informan Kunci
11	Farhan	Jawa	Laki-laki	Pedagang Cilok	Informan Kunci
12	Martini	Kekalik Gerisak	Perempuan	Pedagang Telur Congkel	Informan Kunci
13	Aldi	Kekalik	Laki-laki	Mahasiswa	Informan Tambahan
14	Irma	Kekalik	Perempuan	Mahasiswi	Informan Tambahan
15	Kira	Bendega	Perempuan	Mahasiswi	Informan Tambahan
16	Ifan	Batudawe	Laki-laki	-	Informan Tambahan

Sumber : Dokumen Peneliti

4.2 Pembahasan

4.2.1 Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Pedagang Kaki Lima Di Kecamatan Sekarbela.

Pada penelitian ini peneliti melakukan analisis dampak pandemi yang dirasakan oleh Pedagang Kaki Lima yang berada di Lapangan Karang Pule dan Jalan Swadaya Kekalik Jaya terkhusus dibidang makanan dan minuman yang merasakan keresahan dan dampak yang sama seperti para pedagang lainnya. Dampak yang sama dirasakan oleh para PKL di Lapangan Karang Pule dan Jalan Swadaya Kekalik Jaya yaitu penurunan omset penjualan. Dari hasil wawancara, dapat diketahui bahwa Pedagang Kaki Lima dibidang makanan yang masih bertahan berjualan sejak sebelum pandemi hingga pandemi melanda merasakan dampak yang signifikan akibat pandemi Covid-19, di mana terjadinya penurunan omset penjualan per hari dibandingkan dengan omset penjualan sebelum terjadinya pandemi Covid-19. Penurunan omset penjualan

tidak hanya dirasakan oleh Pedagang Kaki Lima dibidang makanan saja, melainkan hal yang sama dirasakan oleh Pedagang Kaki Lima dibidang minuman.

Adanya penurunan pendapatan juga disebutkan oleh Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Airlangga Hartarto, sebagaimana diliput dari CNN Indonesia menyatakan sebagian besar usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) membukukan penurunan omset lebih dari 30 % tahun pada 2020. Jumlahnya sekitar 63,9 % dari total UMKM yang mencapai 64,2 juta di Indonesia. Penurunan omset penjualan juga disebabkan karena berkurangnya konsumen yang berbelanja. selain penurunan omset penjualan, dampak lain yang dirasakan oleh Pedagang Kaki Lima dibidang makanan dan minuman sama-sama mengalami pengurangan jumlah konsumen yang berbelanja. Namun para Pedagang Kaki Lima tetap bersyukur dan bertahan demi mencukupi kebutuhan hidup. Pertimbangan maupun alasan mereka tetap bertahan berjualan ditengah pandemi Covid-19 salah satunya karena kebutuhan keluarga. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nadhirah (2021), yang dalam penelitiannya menyatakan bahwa faktor yang menyebabkan para Pedagang Kaki Lima mempertahankan usahanya meliputi kebutuhan hidup baik sandang, pangan, dan papan, pendidikan yang rendah, keterampilan yang tidak memenuhi, kemudahan dalam memasuki sektor informal, dan memiliki modal yang kecil. Selanjutnya mengenai penerapan protokol kesehatan, para Pedagang Kaki Lima menerapkan protokol kesehatan sederhana, dengan selalu memakai masker ketika konsumen berbelanja. Hasil wawancara dengan informan di atas menunjukkan bahwa pada masa pandemi seperti Pedagang Kaki Lima memperhatikan protokol kesehatan walaupun para PKL tidak menyediakan tempat cuci tangan maupun handsanitizer di tempat berjualan, mereka tetap menggunakan masker saat melayani konsumen. Hal tersebut dilakukan sebagai upaya membantu pemerintah dalam pengurangan angka penyebaran Covid-19 di Nusa Tenggara Barat.

Selanjutnya dari hasil wawancara yang peneliti lakukan terkait pembatasan jam operasional, pada bulan Januari Pedagang Kaki Lima mengakui bahwa sudah tidak adanya polisi yang berpatroli untuk segera menutup usahanya pada pukul 20.00 WITA seperti yang terjadi pada tahun 2020 sampai pertengahan tahun 2021, rata-rata mereka mulai berjualan pada sore hingga malam hari. Hal tersebut dilakukan karena ketersediaan bahan dagangan yang masih memadai untuk di perjualkan, selain itu di Lapangan Karang Pule dan di Kekalik Jaya sudah tidak adanya aparat kepolisian yang berkeliling untuk menutup paksa seperti pada tahun-tahun sebelumnya.

4.2.2 Strategi Pedagang Kaki Lima Dalam Mempertahankan Usaha Pada Masa Pandemi

Strategi bertahan ialah sebuah pola yang direncanakan manusia untuk mampu menghadapi masalah yang sedang terjadi. Strategi bertahan dalam penelitian ini adalah cara yang digunakan oleh seorang Pedagang Kaki Lima untuk mempertahankan keberadaan usaha yang dianggap bernilai secara material ataupun tidak. Seperti diketahui Lapangan Karang Pule dan Kekalik Jaya merupakan tempat kegiatan dagang masyarakat yang cukup padat di Kota Mataram dalam melakukan aktivitas ekonomi, dengan tujuan yang sama yaitu untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Pada penelitian ini kegiatan dagang yang menjadi fokus adalah Pedagang Kaki Lima yang menjajakan usahanya di bidang makanan dan minuman.

Dari hasil wawancara dengan Pedagang Kaki Lima, ada beberapa strategi yang dilakukan PKL makanan dan minuman untuk tetap mempertahankan usahanya pada masa pandemi ini. Pemasaran melalui media sosial, strategi ini dapat diterapkan oleh beberapa penjual yang memiliki kemampuan untuk memanfaatkan IPTEK yaitu menawarkan dagangannya melalui media sosial yang ada saat ini seperti WhatsApp, Instagram dan Facebook atau melalui telpon secara langsung. Sedangkan para PKL yang tidak faham dengan teknologi hanya memanfaatkan pinggir jalan sebagai lokasi berjualan agar mudah untuk dijangkau, para Pedagang Kaki Lima mengandalkan tulisan pada gerobak usahanya sebagai salah satu bentuk promosi kepada konsumen, selain cara tradisional yang masih melekat dilakukan oleh PKL yaitu dengan memilih menunggu konsumen yang datang untuk berbelanja. Selanjutnya menambah ragam atau variasi rasa pada usaha kecil Pedagang Kaki Lima merupakan strategi yang dilakukan untuk mempertahankan usaha, dengan tujuan untuk menarik minat konsumen sehingga konsumen tidak merasa bosan ketika berbelanja pada usaha kecil Pedagang Kaki Lima. para Pedagang Kaki

Lima di Lapangan Karang Pule maupun di Kekalik Jaya menunjukkan bahwa PKL memberikan ragam atau varian rasa pada usaha kecilnya. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan menarik konsumen sehingga jumlah konsumen meningkat yang pada akhirnya meningkatkan pendapatan usaha. Selanjutnya terkait tenaga kerja, seperti yang kita ketahui bahwa tenaga kerja merupakan faktor produksi yang sangat menentukan dalam suatu usaha, tanpa adanya tenaga kerja suatu usaha tidak bisa berproduksi.

Hasil wawancara dengan para Pedagang Kaki Lima, diketahui bahwa tenaga kerja yang dibutuhkan dalam berjualan cukup 2-3 orang. Bahkan 10 dari 12 informan Pedagang Kaki Lima menyatakan bahwa para PKL menjajakan usahanya hanya seorang diri, karena menurut para PKL bahwa usaha ini merupakan usaha kecil yang tidak membutuhkan tenaga kerja yang banyak dalam menjalankan pekerjaan ini. Hasil penelitian ini, sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Nur (2015), ia menyatakan bahwa untuk Pedagang Kaki Lima ini mereka tidak memerlukan jumlah tenaga kerja yang banyak yang penting mereka mampu melayani pelanggan yang datang dan menyiapkan apa yang pelanggan inginkan.

Beralih ke teknologi yang digunakan Pedagang Kaki Lima, menurut hasil observasi di lapangan diketahui bahwa 9 dari 12 informan menggunakan teknologi sederhana yang berfungsi membantu mempercepat pekerjaan. Dari hasil wawancara serta observasi yang peneliti lakukan, dapat diketahui bahwa penggunaan teknologi pada usaha Pedagang Kaki Lima merupakan hal yang tidak terlalu penting karena melihat jenis usaha dagang ini terbilang kecil dan hanya membutuhkan beberapa alat sederhana untuk bisa memproduksi hasil usaha dagang. Sejalan dengan penelitian Muhammad Nur (2015), yang menyatakan bahwa Bagi para pedagang yang menjual minuman mereka hanya membutuhkan alat seperti blender untuk mempermudah dalam hal pembuatan jus. Sehingga mereka hanya terpaku dengan teknologi yang berkaitan dengan proses produksi mereka.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Strategi Pedagang Kaki Lima Dalam Mempertahankan Usaha Pada Masa Pandemi Di Kecamatan Sekarbela, maka dapat ditarik kesimpulan antara lain, dampak pandemi Covid-19 terhadap Pedagang Kaki Lima di Kecamatan Sekarbela, pada Maret tahun 2020 diketahui bahwa pandemi Covid-19 melanda Nusa Tenggara Barat, akibat dari pandemi tersebut berdampak pada berbagai sektor, salah satunya sektor informal yaitu Pedagang Kaki Lima. Dimana pada masa pandemi, Pedagang Kaki Lima merasakan dampak seperti penurunan omset penjualan dibandingkan dengan omset penjualan sebelum pandemi Covid-19. Selain itu kebijakan pemerintah NTB untuk memutuskan rantai penularan Covid-19 mengakibatkan berkurangnya jumlah pembeli yang berbelanja di Lapangan Karang Pule dan di Kekalik Jaya. Walau demikian, Pedagang Kaki Lima harus tetap bertahan untuk memenuhi kehidupan keluarga maupun diri sendiri.

Selanjutnya, pada saat melakukan penelitian yaitu pada Januari 2022 diketahui bahwa penerapan protokol kesehatan salah satunya memakai masker, sudah tidak lagi diterapkan oleh beberapa Pedagang Kaki Lima, namun kebersihan diri dan tempat usaha tetap dijaga. Mengenai pembatasan jam operasional berjualan pada Maret tahun 2020 hingga pertengahan tahun 2021 diketahui bahwa polisi berpatroli untuk menutup paksa usaha Pedagang Kaki Lima tepat pukul 20.00 WITA, namun saat penelitian ini dilaksanakan para Pedagang Kaki Lima mengakui sudah tidak ada lagi polisi yang berpatroli untuk menutup paksa usaha mereka pada pukul 22.00 WITA.

Mengenai strategi Pedagang Kaki Lima dalam mempertahankan usaha pada masa pandemi, dari ke 12 informan diketahui bahwa mereka tak mempunyai strategi yang khusus untuk mempertahankan usaha, melainkan mereka tetap berjualan pada masa pandemi dengan modal keberanian demi memenuhi kehidupan sehari-hari. Namun beberapa cara yang digunakan guna tetap bertahan melawan gejolak pandemi Covid-19, yaitu dengan melakukan promosi melalui akun media sosial seperti WhatsApp, Instagram, dan Facebook. Selain itu, Pedagang Kaki Lima juga menerapkan penjualan melalui *E-Commerce* seperti Go-Food dan Grab-Food. Pedagang Kaki Lima yang tak faham penggunaan media sosial, mereka memilih untuk

tetap berjualan dengan sistem tradisional. Selanjutnya para Pedagang Kaki Lima memberikan ragam atau variasi rasa pada jualannya untuk menarik konsumen.

Dalam hal tenaga kerja, Pedagang Kaki Lima hanya memerlukan 2 sampai 3 orang saja, karena usaha Pedagang Kaki Lima merupakan usaha kecil yang tak memerlukan tenaga kerja yang banyak. Selanjutnya mengenai teknologi yang digunakan Pedagang Kaki Lima, mereka hanya menggunakan teknologi sederhana yang berhubungan langsung dengan proses produksi usaha, seperti alat giling untuk tebu, alat peras untuk jeruk, alat press cup gelas dan kompor gas. Menjadi Pedagang Kaki Lima tidak diperlukan keterampilan khusus, modal yang besar, ijin usaha dan lain sebagainya. Pedagang Kaki Lima sebenarnya mempunyai potensi untuk menunjang pertumbuhan ekonomi, seperti menciptakan lapangan pekerjaan, mengurangi pengangguran dan dapat menjadi sumbangan pendapatan daerah jika dikelola dengan baik. Pedagang Kaki Lima juga dapat menjadi bursa penyerapan tenaga kerja yang efektif karena mampu menyerap tenaga kerja bagi mereka yang tidak memiliki pekerjaan dan keterampilan yang memadai.

Referensi

- Ali Hasan. (2010). *Marketing Bank Syariah*. 29.
- Astuti, Puji. Qalyubi, I. (2021). *STRATEGI MEMPERTAHANKAN KEBERLANJUTAN USAHA PEDAGANG KAKI LIMA (PKL) DI MASA PANDEMI COVID – 19 DI PALANGKA RAYA Strategies*. 1, 254–291.
- FEBRIYANI, S. (2021). *RESILIENSI PEDAGANG KAKI LIMA DI TENGAH PANDEMI (Studi Kasus pada Pedagang Kaki Lima di sekitar IAIN Purwokerto)*. 34–35.
- Hariyani, T. (2021). *Strategi Pedagang Kaki Lima Dalam Mempertahankan Usaha Di Tengah Pandemi Covid-19 Covid-19*. 19.
- Lestari, R. A. (2020). *Upaya Mempertahankan Usaha Di tengah Pandemi Covid-19*.
- Moriansyah, L. (2015). *PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL : ANTECEDENTS DAN CONSEQUENCES SOCIAL MEDIA MARKETING : ANTECEDENTS AND CONSEQUENC-*. 187–196.
- Mubarok, H. (2009). *Pengertian Startegi. Manajemen Strategi, STAN Kudus*, 10.
- Rahmi Utami Zamri. (2017). *Strategi adaptasi pedagang pasar tradisional*. 26–27.
- Saputra, R. B. (2014). *PROFIL PEDAGANG KAKI LIMA (PKL) YANG BERJUALAN DI BADAN JALAN (STUDI DI JALAN TERATAI DAN JALAN SEROJA KECAMATAN SENAPELAN)*. 1(2), 1–15.
- Satriyo Suryantoro. (2021). *Strategi adaptasi Pedagang Kaki Lima dalam menghadapi pandemi covid-19*. 19.