

Identifikasi karakteristik pedagang keliling (studi kasus Kota Surakarta)

Identification of the characteristics of mobile hawkers (case study Surakarta City)

P Mahayati¹ dan M J Rahayu²

¹Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia

²Pusat Informasi Pembangunan Wilayah, Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia

Corresponding author's email: pmahayati@student.uns.ac.id

Abstrak. Kota Surakarta sebagai salah satu kawasan perkotaan penting di Jawa Tengah menjadi tempat berdagang bagi banyak pedagang informal, khususnya pedagang keliling. Keberadaan mereka dibutuhkan oleh warga kota walaupun dengan permasalahan status legal. Pedagang keliling memiliki sifat pergerakan yang leluasa sehingga mudah dijumpai dan diakses masyarakat. Penelitian ini berfokus pada kajian karakteristik pedagang keliling di Kota Surakarta. Objek pedagang keliling yang digunakan dalam penelitian adalah pedagang sayur dan pedagang makanan siap saji. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan analisis deskriptif yang menekankan pada realitas dan proses suatu fenomena dapat terjadi agar mampu memberikan gambaran khusus terkait pedagang keliling. Hasil dari penelitian ini berupa karakteristik pedagang keliling yang diidentifikasi dengan lima indikator, yaitu karakteristik pelaku, lokasi, sarana fisik, modal, dan aktivitas berdagang. Strategi yang digunakan pedagang keliling untuk menjaga keberlangsungan usaha dilakukan melalui dua cara, yaitu diversifikasi produk sesuai kebutuhan konsumen serta mempertahankan kepercayaan konsumen terhadap pedagang keliling.

Kata Kunci: Informal; Karakteristik; Kota Surakarta; Pedagang Keliling

Abstract. Surakarta as one of the major urban areas in Central Java has become a trading place for many informal traders, especially mobile hawkers. Their existence is

needed by the citizens even with the problem of legal status. Mobile hawkers have the nature of free movement so that they are easily found and accessed by the public. This study focuses on the study of the characteristics of mobile hawkers in Surakarta. Mobile hawkers observed in this study are those selling vegetable and ready-to-eat food. Using a qualitative approach method, descriptive analysis were done emphasizing on the reality and process of a phenomenon of mobile hawkers. The results of this study shows the characteristics of traveling merchants identified by five indicators, namely the characteristics of the actors, location, physical facilities, capital, and trading activities. The strategy used by mobile traders to maintain business continuity is carried out in two ways, namely product diversification according to consumer needs and maintaining consumers' trust in mobile hawkers.

Keywords: Characteristic; Informal; Mobile Hawkers; Surakarta City

1. Pendahuluan

Perkembangan sektor informal memegang peranan penting khususnya dalam membantu perekonomian negara. Tidak bisa dipungkiri bahwa sektor informal menyumbang pendapatan serta berperan besar menjadi katup pengaman tenaga kerja yang belum terserap di Indonesia [1]. Kemunculan sektor informal dapat ditandai dengan keberadaan berbagai jenis lapangan usaha baru yang digeluti oleh masyarakat. Hal ini dikarenakan sektor informal masuk dalam sektor yang mudah diakses oleh semua kalangan sehingga perkembangannya kian progresif.

Salah satu sektor informal yang menjadi pilihan masyarakat dalam membuka lapangan pekerjaan, yaitu bekerja sebagai “hawkers” atau penjaja/pedagang asongan. Menurut McGee dan Yeung [2], *hawkers* adalah orang-orang yang menawarkan jasa dan barang untuk dijual di ruang publik, khususnya jalan dan trotoar. *Hawkers* kemudian digolongkan menjadi tiga jenis, yaitu *mobile hawkers*, *semistatic hawkers*, dan *static hawkers*. Pedagang keliling yang disebut sebagai *mobile hawkers* adalah orang-orang yang berjualan dengan berpindah dari satu ke tempat ke tempat yang lain. Biasanya mereka membawa barang dagangan yang relatif sedikit untuk mudah dibawa baik dengan kendaraan maupun keranjang. Pada intinya sifat pelayanan dari jenis sektor informal ini bersifat *mobile* atau berpindah-pindah. Mereka menggunakan prinsip jemput bola yang artinya mereka akan mendatangi calon konsumen untuk menawarkan barang dagangan mereka sehingga terkesan mereka yang “mengejar” konsumennya [3].

Lokasi yang digunakan oleh para *hawkers* tersebut merupakan pusat keramaian atau kawasan lainnya, seperti fasilitas publik maupun daerah perumahan [4]. Para pedagang ini memilih berjualan pada daerah ramai yang menjadi pusat aktivitas masyarakat. Selain itu, frekuensi kegiatan yang tinggi dan beragam dapat menimbulkan tarikan bagi penjaja untuk memilih lokasi yang dinilai cocok sebagai wilayah berdagangnya [5]. Selain dari pemilihan lokasi, menurut Mc Gee [2] terdapat beberapa karakteristik yang digunakan untuk mengidentifikasi aktivitas *urban hawkers* di antaranya: 1) Sarana fisik berdagang dapat ditinjau dari jenis barang dagangan yang diperjualbelikan serta alat yang digunakan untuk menampung barang

dagangan; 2) Pola pelayanan kegiatan dapat ditinjau dari fungsi pelayanan, golongan konsumen, sifat layanan, dan waktu pelayanan

Para pelaku sektor informal cenderung membutuhkan pengalaman bekerja yang lama, dibandingkan pendidikan atau keterampilan yang khusus [6]. Keterbatasan keterampilan tersebut sebagian besar dialami oleh masyarakat pedesaan maupun kalangan masyarakat menengah ke bawah. Terbatasnya informasi yang masuk, rendahnya penguasaan teknologi, serta sumber informasi masyarakat yang bersifat informal mengakibatkan minimnya peluang warga untuk dapat mengembangkan usaha maupun keterampilan yang dimiliki [7]. Kemunculan sektor informal tidak hanya dipicu oleh keterbatasan keterampilan, tetapi juga disebabkan oleh kurang berhasilnya penerapan dari *urban rural linkages*. Douglas [8] menjelaskan bahwa terdapat ketidakseimbangan aliran antara desa kota meliputi aliran komoditas dan manusia sehingga hubungan tersebut tidak memberikan efek perkembangan yang baik. Terdapat dua fenomena yang terjadi, yaitu adanya urbanisasi dan tenaga kerja yang melimpah di perkotaan. Akhirnya, sektor informal menjadi solusi dan bentuk adaptasi masyarakat untuk bertahan hidup dengan segala keterbatasan yang dimiliki [9] karena lapangan pekerjaan yang tersedia kurang mencukupi [10].

Walaupun mereka memiliki kemampuan atau keterampilan yang terbatas, sektor informal mampu membuka kesempatan seseorang dalam mengembangkan kemampuan wirausaha. Sesuai dengan yang dijelaskan sebelumnya bahwa pekerja informal identik dengan bekerja sendiri (*self employment*) menggunakan keterampilan yang dimiliki. Terlebih, dalam suatu penelitian didapati bahwa individu yang berhasil dalam wirausaha informal akan cenderung bertahan lebih lama pada sektor ini [9]. Hal ini menunjukkan bahwa sektor informal yang dipandang sebagai sesuatu yang ilegal dan memiliki keterbatasan justru memiliki potensi besar untuk berkembang. Keberlangsungan pelaku usaha informal tidak hanya mencakup tentang sarana fisik yang terlihat, tetapi juga aspek yang tidak terlihat seperti jaringan sosial individu, *trust* serta ikatan timbal balik yang muncul secara tidak langsung [4,10]. Adanya keberadaan modal sosial tersebut apabila dapat diperoleh mampu membawa keuntungan bagi keberlangsungan pemilik usaha.

Kota Surakarta menjadi salah satu tempat yang banyak dipilih oleh para *urban hawkers*. Pedagang keliling menjadi salah satu jenis pedagang yang sering ditemui di lokasi keramaian terutama kawasan permukiman. Berbagai barang maupun jasa ditawarkan oleh para pedagang dengan cara berkeliling dari satu tempat ke tempat yang lain, bahkan sebagian besar dari mereka memiliki pelanggan tetap sejak belasan tahun yang lalu. Tingginya minat dan kebutuhan konsumen akan barang tertentu yang terjangkau dan dapat diperoleh menyebabkan keberadaan pedagang keliling selalu dicari. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk mengetahui karakteristik pedagang keliling yang diperoleh dari teori sebelumnya serta bagaimana upaya dari pedagang keliling untuk dapat mempertahankan usahanya. Oleh karena itu, diharapkan dari artikel ini akan memberikan suatu pemahaman yang komprehensif terkait pedagang ekonomi informal khususnya pedagang keliling.

2. Metode

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode kualitatif bertujuan untuk memperoleh data yang mendalam dengan memperhatikan realitas dan proses dari suatu fenomena dapat terjadi. Peneliti terlibat secara langsung terhadap realitas yang tengah diteliti [11]. Dasar teori yang digunakan hanya berlaku sebagai dasar pengambilan data dan memungkinkan peneliti mendapatkan gambaran khusus suatu kajian di luar teori yang dirumuskan. Teknik analisis yang dipakai adalah analisis deskriptif dengan mendeskripsikan atau menggambarkan data yang diperoleh sebagaimana adanya, guna mendapatkan gambaran fenomena yang jelas. Indikator utama yang diamati peneliti dalam penelitian ini di antaranya: 1) Karakteristik pelaku; 2) Lokasi; 3) Sarana fisik; 4) Modal; 5) Aktivitas berdagang.

Metode pengumpulan data yang digunakan mayoritas berasal dari data primer dengan melakukan observasi dan wawancara kepada objek penelitian. Objek penelitian dipilih berdasarkan teknik *purposive sampling* yang berfokus dan sesuai dengan tujuan kajian penelitian, yaitu mengenai pedagang keliling. Diperoleh beberapa narasumber pedagang keliling yang berjualan di Kota Surakarta yakni pedagang sayur keliling dan pedagang makanan siap saji keliling.

Pengumpulan data dilakukan dengan terjun langsung ke lapangan untuk melakukan observasi dan wawancara terhadap narasumber yang ditemui. Setelah data terkumpul dan dikompilasi, peneliti melakukan analisis atau pengolahan data sebagai pembahasan atas hasil yang diperoleh. Pengolahan data yang dimaksud, yaitu dengan menyandingkan hasil dan teori yang sebelumnya telah disusun untuk melihat karakteristik umum maupun spesifik dari pedagang keliling. Tahapan yang terakhir adalah menarik kesimpulan atas hasil yang diperoleh sebagai jawaban atas tujuan penelitian yang diangkat.

3. Hasil penelitian dan pembahasan

Karakteristik dari pedagang keliling yang berada di Kota Surakarta dapat diketahui dari hasil data yang telah diklasifikasikan berdasarkan indikator yang sudah ditentukan sebelumnya (lihat Tabel 1). Indikator tersebut di antaranya: 1) Karakteristik pelaku; 2) Lokasi; 3) Sarana fisik; 4) Modal; 5) Aktivitas berdagang.

Tabel 1. Hasil kompilasi data.

Karakteristik	Pedagang sayur	Pedagang makanan jadi
Karakteristik pelaku		
Profil pedagang keliling	Laki-laki. Usia Produktif 35-50 th. Pendidikan terakhir SMA dan SMP. Asal Karanganyar	Perempuan. Umur 42-55 tahun. Pendidikan terakhir SD dan SMP. Asal Sragen, Karanganyar, dan Sukoharjo berdomisili Solo
Pekerjaan sebelum menjadi pedagang	Sektor formal (proyek/buruh) dan sektor informal (petani)	Sektor informal (ibu rumah tangga)

Karakteristik	Pedagang sayur	Pedagang makanan jadi
Alasan menjadi pedagang keliling	Pendapatan yang diterima sebelumnya cenderung minim serta berdagang dinilai menjadi peluang paling mudah dan menguntungkan	Tidak dapat bergantung pada pekerjaan suami/anak dimana pendapatannya sudah tidak mampu memenuhi kebutuhan rumah tangga
Pemilihan lokasi	<ul style="list-style-type: none"> • Solo Utara (Pundunggede, Gambirsari, UNISRI, Kragilan, dan Mojosongo) serta Solo Selatan (Sambeng, Badran, dan Mangkubumen) • Lokasi berada di kawasan permukiman • Alasan: karena pedagang sayur keliling di Solo masih minim • Tidak ada perubahan lokasi mangkal sehingga relatif tetap 	<ul style="list-style-type: none"> • Kelurahan Joglo (Nayu sampai Cenglik) dan Mangkubumen • Lokasi cenderung berada di pusat keramaian seperti sekolah dan permukiman • Alasan: dekat dengan rumah • Tidak ada perubahan lokasi mangkal sehingga relatif tetap
Sarana Fisik - jenis dagangan - sarana dagangan	<ul style="list-style-type: none"> • Sayuran, buah, lauk pauk, dan bumbu pawon (mayoritas barang mentah) • Menggunakan motor 	<ul style="list-style-type: none"> • Makanan siap jadi • Awalnya menggunakan sepeda kemudian berubah menjadi motor
Modal - ekonomi - sosial	<ul style="list-style-type: none"> • Mayoritas sendiri dengan modal sekitar 1,5-2 jt • Beli barang sesuai dengan <i>budget</i> yang dimiliki • Barang dagangan berasal dari Tawangmangu atau Boyolali • Tidak pernah mendapatkan modal atau pelatihan dari pemerintah • Mengikuti asosiasi pedagang sayur keliling, berelasi dengan pedagang/tengkulak di pasar • Berelasi dengan para konsumen, setiap lebaran memberi kenang-kenangan kepada konsumen setia (<i>bonding</i>) 	<ul style="list-style-type: none"> • Barang dagangan berasal dari titipan produksi makanan oleh ibu-ibu kampung dan sebagian membeli di pasar terdekat • Minim resiko rugi • Tidak pernah mendapatkan modal atau pelatihan dari pemerintah • Tidak ikut dalam organisasi pedagang keliling • Berelasi dan dipercaya oleh pemilik dagangan dan pedagang pasar (<i>bonding</i>)
Aktivitas - fungsi pelayanan - waktu - pengelolaan usaha - golongan konsumen	<ul style="list-style-type: none"> • Fungsi pelayanan perdagangan dan jasa • Waktu: dari pagi jam 05.00-12.00 (waktu berdagang tetap) • pengelolaan usaha secara mandiri • konsumen berasal dari semua kalangan 	<ul style="list-style-type: none"> • Fungsi pelayanan perdagangan dan jasa • waktu pagi : 06.00-12.00 (waktu berdagang tetap) • pengelolaan usaha secara mandiri • konsumen berasal dari golongan menengah bawah

Sebagian besar individu yang menggeluti profesi sebagai pedagang keliling masih didominasi dengan usia yang cukup produktif, yaitu berkisar di usia 35-50 tahun. Sektor informal yang mudah diakses oleh semua kalangan menjadi alasan bahwa pedagang keliling tidak harus memiliki spesialisasi atau pendidikan khusus tertentu. Pernyataan tersebut dapat dijelaskan melalui Pelleng dan Manopo [6] bahwa para pelaku sektor informal mengandalkan pengalaman otodidak dibandingkan keahlian atau keterampilan tertentu. Sesuai dengan fakta yang diperoleh bahwa pengalaman berjualan pedagang keliling yang lebih dari 10 tahunlah yang membawa sektor usaha ini untuk terus bertahan. Walaupun, para pedagang keliling tersebut mempunyai tingkat pendidikan yang rendah.

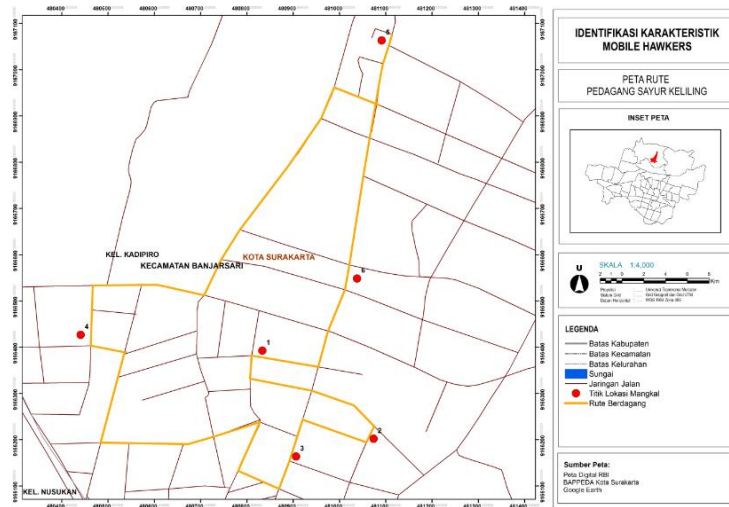
Para pedagang keliling sepakat bahwa menjalani profesi sebagai pedagang keliling adalah solusi untuk mereka bertahan hidup dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Pendapatan yang mereka dapatkan sebelumnya terbilang minim dan sulit untuk bisa mencukupi kebutuhan rumah tangga. Walaupun salah satu pedagang keliling menyampaikan bahwa beliau pernah bekerja di sektor formal maupun sektor pertanian, tetapi pendapatan yang diterima masih jauh dari kata cukup. Keterbatasan keterampilan menghambat mereka untuk mencari lapangan pekerjaan yang lebih baik pada sektor formal. Maka dari itu, berdagang menjadi pilihan terbaik karena pekerjaan ini tidak bergantung kepada orang lain dan mudah dilakukan oleh semua orang [12].

3.1. Pemilihan lokasi

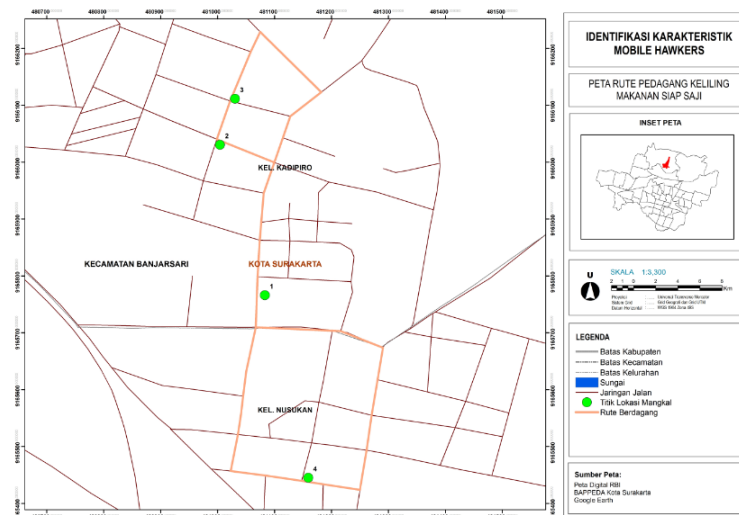
Lokasi menjadi salah satu faktor penting yang menentukan keberlangsungan usaha dari setiap usaha informal. Pemilihan lokasi terutama pada titik-titik pusat keramaian menjadi daya tarik yang tinggi bagi para pedagang untuk mampu menawarkan barang dagangannya kepada konsumen. Tidak hanya pusat keramaian, kawasan permukiman dan fasilitas publik lainnya juga menjadi sasaran bagi para pedagang keliling [3,5]. Hal tersebut dapat dilihat pada fakta lapangan yang menunjukkan bahwa mayoritas pedagang keliling memilih kawasan permukiman maupun pusat keramaian lainnya, seperti persimpangan jalan dan sekolah menjadi lokasi berdagangnya setiap waktu. Pemilihan lokasi tidak lepas dari faktor kemudahan diakses dimana mereka bisa bebas datang dan berjualan pada area tersebut tanpa membutuhkan izin dari siapapun. Sifat pedagang keliling yang bebas dan *mobile* menjadi alasan bahwa tipe "*urban hawkers*" ini berbeda dengan yang lain dikarenakan upaya mereka dalam memasarkan produk dagangan tidak mengakuisisi ruang publik dan tidak mencemari lingkungan.

Faktor kedekatan dengan rumah pedagang juga menjadi pertimbangan dalam memilih lokasi. Lingkungan tempat tinggal yang sudah dikenal sejak lama tentunya akan memberikan kemudahan bagi pedagang keliling dalam menentukan sasaran kelompok konsumen. Akan tetapi, berbeda dengan pedagang sayur keliling yang lebih memilih untuk menjual barang dagangan di luar daerah tempat tinggalnya. Terdapat alasan khusus yang mendasari hal tersebut, yaitu dikarenakan pedagang sayur cenderung memanfaatkan peluang untuk berdagang pada lokasi yang minim akan pesaing. Selain itu, ditambah dengan kebutuhan akan permintaan komoditas barang mentah (sayur-sayuran) tergolong tinggi di daerah perkotaan sehingga mendorong orang untuk menawarkan hasil komoditas pertaniannya di luar daerah pedesaan. Dengan demikian, secara tidak langsung ada hubungan antara desa dan kota yang dapat dimanfaatkan dengan optimal baik dalam pemenuhan kebutuhan dan perolehan hasil penjualan komoditas.

Baik pedagang sayur keliling dan pedagang keliling makanan siap saji memiliki rute berdagang masing-masing yang berbeda. Berikut merupakan peta rute lokasi berdagang dari kedua pedagang keliling yang dapat dilihat pada Gambar 1 dan 2.



Gambar 1. Peta rute pedagang sayur keliling.



Gambar 2. Peta rute pedagang keliling makanan siap saji.

Berdasarkan kedua peta rute pedagang keliling tersebut, terlihat bahwa jangkauan atau cakupan pelayanan dari pedagang keliling tergolong tidak terlalu luas. Mereka hanya berhenti pada titik-titik tertentu (pusat keramaian) yang lokasinya hampir berdekatan satu sama lain. Walaupun cakupan pelayanannya tidak cukup luas, tetapi mereka beranggapan bahwa tidak terdapat niat atau keinginan untuk menambah titik lokasi berdagang. Kecenderungan mereka untuk memilih lokasi berdasarkan *demand* (permintaan) dari konsumen yang sudah menjadi pelanggan sejak lama. Lebih lanjut, antar pedagang keliling sejenis mempunyai sikap saling menghormati satu sama lain sehingga mereka mempunyai “zona berdagang” masing-masing yang tidak mengganggu pedagang yang lain. Hal itulah yang menyebabkan lokasi yang digunakan pedagang keliling hampir tidak pernah berubah dari sejak awal hingga saat ini.

3.2. Sarana fisik

Sarana fisik berkaitan dengan produk barang yang dijual serta sarana yang digunakan pedagang keliling untuk menawarkan produknya ke konsumen. Sesuai dengan yang dijelaskan oleh McGee dan Young [2], bahwa salah satu karakteristik dari *urban hawkers* dapat diidentifikasi melalui sarana fisik yang dipakai. Berdasarkan hasil data yang diperoleh, kedua pedagang keliling yang dikaji menjual produk yang dapat dikonsumsi sehari-hari, yaitu makanan. Makanan merupakan kebutuhan pokok setiap individu yang dibutuhkan setiap saat sehingga potensi untuk “laku” terbilang besar. Asal produk yang dijual berbeda sesuai dengan jenis barang yang ditawarkan dari masing-masing pedagang keliling. Untuk jenis pedagang sayur, sebagian besar barang (sayur-sayuran dan buah-buahan) diperoleh langsung dari Pasar Tawangmangu dan Boyolali yang mayoritas merupakan daerah pedesaan pertanian. Di samping itu untuk pedagang makanan siap saji, barang dagangan berupa makanan ringan dan makanan berat mayoritas berasal dari “titipan” para ibu rumah tangga sekitar rumah pedagang yang membuat sendiri makanan tersebut dan sebagian membeli dari pasar terdekat.

Sarana yang digunakan untuk berjualan dan menampung barang dagangan menjadi faktor yang diperhatikan terutama oleh pedagang keliling. Pedagang keliling ini membutuhkan sarana atau peralatan yang mudah untuk berpindah dari satu tempat ke tempat yang lain sekaligus mampu membawa muatan barang dagangan yang cukup banyak. Oleh karena itu, para pedagang keliling tersebut menggunakan motor yang dilengkapi dengan “*bronjong*”. Sepeda motor juga dinilai lebih fleksibel untuk pedagang keliling dikarenakan dapat melewati jalur-jalur sempit sehingga mempermudah mereka dalam menjangkau konsumen.

3.4. Modal

Modal diartikan sebagai kumpulan hal-hal penting yang dijadikan sebagai dasar untuk menjalankan suatu usaha. Modal sangat penting bagi pelaku usaha untuk menjaga keberlangsungan usaha mereka. Pedagang keliling memiliki karakteristik yang hampir sama dengan sektor informal lainnya. Hal tersebut secara keseluruhan pengelolaan usaha berpusat melalui pembiayaan mandiri atau berasal dari diri sendiri. Terdapat satu hal yang menarik walaupun semua pembiayaan dikeluarkan melalui kantong pribadi, pedagang keliling mengakui bahwa mereka hampir tidak pernah mengalami kekurangan modal. Meskipun dengan modal seadanya, tidak mendapatkan modal dari pemerintah, serta tidak melakukan pinjaman ke bank atau koperasi namun mereka masih dapat menjalankan usahanya dengan baik. Hal ini membuktikan bahwa pedagang keliling sebagai sektor informal yang mandiri dan tidak bergantung pada sektor formal khususnya dalam hal pembiayaan modal.

Keberadaan modal uang ternyata tidak menjamin keseluruhan usaha pedagang keliling dapat berhasil, akan tetapi terdapat faktor lain seperti modal sosial yang ikut berkontribusi. Hal ini turut dikemukakan oleh Busse [12]; Saegert dkk,[13]; dan Handoyo [4] bahwa aspek yang tidak terlihat seperti jaringan sosial individu, *trust* serta ikatan timbal balik yang muncul dapat berdampak secara langsung terhadap kelangsungan usaha sektor informal. Fakta lapangan menunjukkan jika pedagang keliling memprioritaskan kepercayaan para konsumen demi menjalankan dan mengembangkan usaha berdagang keliling. Oleh karena itu, mereka

memberikan pelayanan yang maksimal serta menyediakan barang dengan kualitas terbaik untuk menjaga hubungan yang baik dengan konsumen. Adanya simbiosis mutualisme yang terjalin antara pedagang dan pembeli dan antara pedagang dengan pedagang/*supplier* di pasar merupakan bentuk *bridging* yang menunjukkan bahwa interaksi/koneksi ke luar merupakan kebutuhan mendasar bagi usaha pedagang informal. Selain itu juga, relasi antar pedagang sendiri yang merupakan bentuk *bonding*. Hal ini menunjukkan bahwa *bonding* dan *bridging* merupakan modal sosial yang dapat mendorong pedagang keliling dapat terus bertahan bahkan berkembang sehingga usaha informalnya terus berjalan dan maju meski tetap dalam lingkup ekonomi informal [14,15].

Akan tetapi, berbeda dengan modal sosial di atas, keberadaan asosiasi atau lembaga yang bisa menjadi *bonding*, *bridging*, maupun *linking network* justru tidak terlalu berperan dalam pengelolaan usaha pedagang keliling. Apabila terdapat pedagang keliling yang mengikuti organisasi atau asosiasi, kegiatan yang dilaksanakan tidak berpengaruh signifikan untuk mendukung kelanjutan usaha dari anggota asosiasi. Adapun kegiatan tersebut di antaranya sebatas arisan dan menjenguk sesama anggota yang sakit. Tidak ada kegiatan yang bersifat pemberdayaan seperti pelatihan maupun kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas usaha pedagang keliling. Bentuk modal sosial tersebut hanya berperan sebatas untuk memperkuat silaturahmi antar pedagang keliling.

3.5. Aktivitas berdagang

Kegiatan berdagang menjadi bahan menarik yang dikaji dalam memahami karakteristik pedagang keliling. Aktivitas merujuk pada fungsi pelayanan pedagang keliling, golongan konsumen, dan waktu pelayanan. Secara garis besar fungsi pelayanan dari keberadaan pedagang keliling bergerak dalam pelayanan perdagangan dan jasa, yaitu dengan ikut membantu menyediakan kebutuhan makanan. Waktu berdagang pedagang keliling relatif tetap setiap hari, yaitu pada pagi hari. Waktu ini dianggap sebagai waktu yang ideal karena pagi hari merupakan waktu awal dari kegiatan setiap orang sehingga makanan akan sangat dibutuhkan saat pagi. Berbeda jenis dagangan, maka akan berbeda pula target sasaran yang menjadi pembeli dari masing-masing pedagang keliling. Perbedaan tersebut terletak pada golongan konsumen yang menjadi pembeli pedagang sayur keliling berasal dari semua kalangan, sedangkan pedagang makanan siap saji didominasi oleh kaum menengah atas. Menurut keterangan dari salah satu pedagang keliling bahwa, masyarakat menengah bawah cenderung untuk lebih membeli produk barang mentah dibandingkan makanan siap saji dikarenakan harganya yang lebih terjangkau. Secara tidak langsung, pola perilaku masyarakat menunjukkan kecenderungan yang berbeda dalam hal konsumsi suatu barang.

Para pedagang keliling telah memiliki jam terbang yang cukup lama dalam berdagang sekitar lebih dari 10 tahun. Menurut periode berdagang yang lama tersebut, mereka sangat mengandalkan pengalaman berjualan untuk mempertahankan kelangsungan usaha mereka. Salah satu cara yang dilakukan adalah dengan mengembangkan produk-produk yang dijual melalui diversifikasi produk dagangan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Walaupun mereka menggunakan peralatan tradisional serta memiliki keterbatasan keterampilan, para

pedagang keliling tersebut menunjukkan bahwa hambatan tadi bukan menjadi masalah. Alasan usaha pedagang keliling masih tetap eksis dan bertahan disebabkan karena hubungan *trust* yang dijaga baik dengan konsumen serta berupaya untuk terus meningkatkan diversifikasi produk dagangan sesuai kebutuhan konsumen.

4. Kesimpulan

Studi ini telah mencoba untuk melakukan penggalan terhadap karakteristik pedagang keliling yang diperoleh melalui lima karakteristik utama, yaitu karakteristik pelaku, lokasi, sarana fisik, modal, dan aktivitas berdagang. Secara garis besar, karakteristik pedagang keliling tidak jauh berbeda dengan karakteristik sektor informal lainnya. Akan tetapi, sifat *mobile* dan berpindah-pindah tersebut membuat sektor pedagang keliling tidak banyak mendapat perhatian dari pemerintah. Padahal pedagang keliling di Surakarta mencapai jumlah cukup besar sehingga berpotensi untuk berkembang. Pemerintah diharapkan dapat menyusun program yang membantu pedagang keliling mengoptimalkan kelangsungan usahanya kedepan dengan tetap memperhatikan karakteristik mereka. Hal ini tentunya akan berdampak baik pada peningkatan perekonomian daerah sekaligus membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan.

Keberadaan para pedagang keliling sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Kemampuan *mobile hawkers* yang mampu menawarkan barang terjangkau dengan kualitas terbaik menyebabkan masyarakat banyak bergantung terhadap keberadaan pedagang informal satu ini. Berdasarkan hasil lapangan, ditemukan beberapa hal penting yang menjadi temuan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Pemilihan lokasi tergantung dari *demand* konsumen (langganan) dan lokasinya cenderung tidak berubah.
2. Kegiatan para pedagang keliling lebih mengandalkan pengalaman dibandingkan keterampilan atau pendidikan tertentu.
3. Pengoptimalan usaha pedagang keliling dilakukan melalui diversifikasi produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.
4. Pedagang keliling cenderung menggunakan sarana dagang yang efisien dan fleksibel untuk mengangkut barang dagangan dan memudahkan berpindah dari satu tempat ke tempat lain.
5. *Trust*, *bridging*, dan *bonding* terjadi antara pedagang dengan pembeli, sesama pedagang, dan antara pedagang dengan *supplier*.
6. Asosiasi pedagang keliling tidak banyak berperan dalam upaya penguatan dan mendukung peningkatan kapasitas para anggota pedagang keliling.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan rasa terima kasih penulis seluruh pihak yang telah membantu proses penulisan artikel ini baik terkait teori-teori yang mendukung maupun data dan informasi yang dibutuhkan oleh penulis.

Referensi

- [1] Rahayu MJ, Putra RP. Accomplishing the Balance of Activities by Street Vendors in the Urban Public Space: A Review 2019;78–93.
- [2] Mc Gee TG, M. YY. Hawkers in Southeast Asian Cities: Planning for the Bazaar Economy. Ottawa: Ottawa International Development Research Center; 1977.
- [3] Hapsari KC. Pedagang Bermotor : Karakteristik Baru Pedagang Kaki Lima di Kawasan Pendidikan. Riptek 2017;II:57–66.
- [4] Handoyo E. Modal Sosial dan Kontribusi Ekonomi Pedagang Sayur Keliling di Semarang. Forum Ilmu Sos 2012;39:153–71.
- [5] Widjajanti R, Damayanti M. Space Compatibility Based on Spatial Behavior of Street Vendors in Urban Public Space in Chinatown, Semarang. IOP Conf Ser Earth Environ Sci 2020;409. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/409/1/012055>.
- [6] Pelleng FAO, Manoppo WS. Analisis Karakteristik, Pendapatan dan Efisiensi Usaha Pedagang Asongan Sektor Informal sebagai Tolok Ukur Pengembangan Potensi Ekonomi Daerah. Pap Knowl Towar a Media Hist Doc 2017;5:1–10.
- [7] Yusup PM, Kuswarno E, Kurniasih N. Aspek Keterbatasan Akses Informasi Penghidupan Orang Miskin Pedesaan. Masyarakat, Kebud Dan Polit 2017;30:34–47.
- [8] Douglass M. A Regional Network Strategy for Reciprocal Rural-Urban Linkages: An Agenda for Policy Research with Reference to Indonesia. Third World Plann Rev 1998;20:1–34. <https://doi.org/10.3828/twpr.20.1.f2827602h503k5j6>.
- [9] Bromley R. A New Path to Development? The Significance and Impact of Hernando De Soto's Ideas on Underdevelopment, Production, and Reproduction. Econ Geogr 1990;66:328–48. <https://doi.org/10.2307/143968>.
- [10] Pranadji T. Kajian Ekologi Kebudayaan Terhadap Sektor Informal di Perkotaan: Suatu Proses Adaptasi Ketidakseimbangan Interaksi Kota-Desa Akibat Industrialisasi. Forum Penelit Agro Ekon 1993;10:38–45. <https://doi.org/10.21082/fae.v10n2-1.1993.38-45>.
- [11] Noeraini AA. Ekonomi Informal di Indonesia, Suatu Tinjauan Pustaka. Fak Ekon Univ Padjadjaran 2015;5.
- [12] Busse S. Strategies of Daily Life: Social Capital and the Informal Economy in Russia. Sociol Imagin 2001;38:166–89.
- [13] Saegert S, Thompson JP, Warren MR. Social Capital and Poor Communities. New York: New York Russell Sage Foundation; 2001.
- [14] Somantri GR. Memahami Metode Kualitatif. Makara, Sos Hum 2005;9:57–65.
- [15] Rahayu MJ, Werdingtyas RR, Musyawaroh. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Penataan PKL sebagai Strategi Penataan Ruang Kota Surakarta. Reg J Pembang Wil Dan Perenc Partisipatif 2016;7:109–22. <https://doi.org/10.20961/region.v7i2.11582>.