

Pengaruh Lokasi Terhadap Kelayakan Usaha Bagi Pedagang Kaki Lima (PKL): Studi Kota Mataram

Masrun¹, Hadi Mahmudi², Titi Yuniarti³, M. Firmansyah^{4*}

¹⁾²⁾³⁾⁴⁾Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram

Correspondent Author: firmansyah.feb@unram.ac.id

Info Artikel

Kata Kunci:

PKL, Keputusan Lokasi dan Kelayakan Usaha

ABSTRAK

Keberadaan PKL di satu sisi memberi manfaat bagi daerah dengan terciptanya lapangan kerja dan peningkatan pendapatan masyarakat. Konsumen juga terbantu dengan adanya PKL. Di sisi lain, PKL dinilai mengganggu kenyamanan, terutama bagi pengguna jalan. Penelitian ini bertujuan menemukan karakteristik penentu keputusan memilih lokasi PKL, sehingga memudahkan pengambil kebijakan menentukan lokasi PKL. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kualitatif dengan mengamati dan mewawancarai beberapa PKL di Kota Mataram. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan lokasi PKL menentukan layak tidaknya usaha PKL. Lokasi ditentukan oleh keramaian yaitu sebagai pusat pengunjung dan jalur masyarakat, dekat dengan fasilitas umum seperti kampus, rumah sakit, dan pantai. Jarak rumah pedagang kaki lima dan lokasinya juga penting. Jika relokasi dilakukan, disarankan untuk tetap menggunakan pola pengelompokan usaha sejenis dan memperhatikan karakteristik kawasan usaha yang dibangun.

ABSTRACT

Keyword:

PKL, Keputusan Lokasi dan Kelayakan Usaha

The existence of street vendors on the one hand provides benefits for the region by creating jobs and increasing community income. Consumers are also helped by the existence of street vendors. On the other hand, street vendors are considered to be disturbing comfort, especially for road users. This study found the characteristics that determine the decision to choose the location of street vendors, making it easier for policymakers to determine street vendors' location. The research was carried out with a qualitative approach by observing and interviewing several street vendors in the city of Mataram. The results of the study indicate that the location of the street vendors determines whether or not the business is feasible. The location which strategies of street vendors is the visitors center and people's path, close to public facilities such as campuses, hospitals, and beaches. The distance where street vendors' homes and the location are also an important one. If relocation is carried out, it is recommended to continue to use the pattern of grouping similar businesses and taking into account the characteristics of the business area being built.

1. PENDAHULUAN

Pedagang Kaki Lima (PKL) merupakan salah satu bentuk kegiatan bisnis perdagangan informal. Menurut Castells dan Portes (1989) ekonomi informal merupakan kegiatan ekonomi yang luput dari peraturan negara dan berlangsung di lokasi yang fleksibel (Chiu, 2013). Dalam melakukan aktivitasnya sering kali PKL memanfaatkan lokasi yang bukan sebagai tempat berjualan, seperti bahu jalan, trotoar, emperan toko dan lainnya (Setiyawan, Sari, & Sardjono, 2020; Sudiartini, Kardini, Mulyani, & Sariyani, 2020; Widjajanti, 2014). Sehingga, keberadaan PKL satu sisi dibutuhkan, sisi lain dianggap mengganggu.

PKL memiliki modal usaha relatif kecil dan berjualan di tempat yang dianggap strategis (Perdana, Rahayu, & Hardiana, 2020). Dalam perdagangan, peran ruang atau lokasi dapat mempengaruhi cara sistem ekonomi bekerja, sehingga lokasi dapat menentukan untung rugi sebuah entitas bisnis (Capello, 2011). Bagi usaha perdagangan (ritel), menentukan lokasi tempat berdagang merupakan salah satu keputusan penting (Litz dan Rajaguru, 2008; Pope, Lane dan Stein, 2012). Studi Litz dan Rajaguru (2008) dengan menggunakan *teory central place* cenderung mendukung pernyataan bahwa lokasi fisik adalah penting dalam perusahaan kecil.

Sama halnya dengan daerah lain, sebagai ibu Kota Provinsi, Kota Mataram masih dihadapkan dengan persoalan PKL. Hasil studi Satarudin, Suprianto dan Daeng (2020) 64 persen PKL berjualan di atas trotoar (Satarudin, Suprianto, & Akung Daeng, 2020). Keberadaan PKL dari hasil studi tersebut, bagi sebagian konsumen merasa terganggu namun ada juga yang tidak terganggu. Walau demikian, karena menyangkut kenyamanan dan tata ruang, pemerintah

Kota Mataram tentu mengupayakan untuk menata keberadaan PKL. Dilematiknya, biasanya penataan yang berujung relokasi mendapat pertentangan dari PKL. Sehingga perlu dicarikan jalan keluar yang *win win* untuk memberi rasa nyaman bagi kedua belah pihak.

Tujuan dari penelitian ini adalah menjelaskan pengaruh lokasi terhadap kelayakan usaha PKL dan bagaimana jalan keluar dalam penataan PKL.

TINJAUAN PUSTAKA

Dalam perspektif modernisme, pedagang kaki lima dan asongan sering kali dianggap sebagai residu atau sisa dari era pra modern, atau mencerminkan karakteristik dari Negara sedang berkembang (Williams & Gurtoo, 2012; Cross, 2000). Karena merupakan sisa dari pra-modern, PKL seakan tidak lagi mendapat tempat dalam era modernisme, bahkan menjadi ancaman modernitas (Chiu, 2013;). PKL dianggap sebagai “*out of place*” (Yatmo, 2008). Di samping itu, PKL dianggap tidak penting dan diharapkan untuk dihilangkan (Williams & Gurtoo, 2012), sehingga sering ditemukan PKL harus diusir petugas karena dianggap mengganggu kenyamanan, lalu lintas dan tata kota.

Era modern dan masa depan perdagangan selalu identik dengan supermarket atau swalayan. Masyarakat modern disuguhkan kenyamanan berbelanja, variasi produk yang banyak serta sistem pembayaran yang maju. Sehingga komunitas belanja modern susah dimasuki pelaku PKL. Sungguh-pun demikian, ada banyak penelitian yang membantah penggambaran buruk PKL, dengan menganggap PKL tetap menjadi fenomena yang luas (Williams & Gurtoo, 2012).

Studi yang dilakukan (Chiu, 2013) di pasar malam Taipei Shilin menunjukkan kebijakan pelonggaran aktivitas informal ini merupakan kebijakan resmi

pemerintah. Pemerintah memang perlu menerima sektor informal sebagai bagian dari entitas pembangunan ekonomi modern, bukan sekedar sebagai residu. Dalam konteks Taipei Shillin Night Market, pemerintah memperoleh manfaat dari kebijakan in formalitas perkotaan tersebut (Chiu, 2013). PKL dapat juga dilihat dalam perspektif strukturalis, di mana bekerja sebagai pedagang kaki lima merupakan jalan untuk mempertahankan hidup, mengingat tidak tersedianya pekerjaan lain (Williams & Gurtoo, 2012). Ketidaktersediaan, dapat juga dipersepsikan sebagai ketidakmampuan masyarakat untuk mengakses dan mengisi pekerjaan formal, disebabkan keterbatasan pendidikan, keahlian dan seterusnya (Walsh, 2010).

Dari perspektif neo-liberal menjadi pedagang kaki lima lebih kepada pilihan rasional dari pada sebuah keterpaksaan. Pedagang kaki lima merupakan respon rasional dari beban kelebihan regulasi pemerintah (Williams & Gurtoo, 2012). Sungguhpun demikian, sebagai logika dan praktik, Neoliberalisme menuntut PKL untuk bertanggung jawab atas kemiskinan mereka, atas pilihan mereka mengambil ruang publik sebagai lokasi berjualan (Wood, 2011). Sehingga, dalam konteks ini neo-liberalisme semakin memperuncing marginalisasi PKL, di mana tidak akan diberikan ruang bagi PKL menjadi bagian entitas bisnis yang turut andil dalam aktifitas ekonomi. Perpektif lain, studi tentang PKL oleh sebagian pemikir menyarankan untuk tidak hanya diamati dari perspektif modern, namun perlu digeser pada ranah post modern atau posmo (Cross, 2000).

Posmodern menganggap pelaku PKL sebagai actor sosial dan perilaku mereka sebagai aktivitas budaya (Cross, 2000). Aktivitas sosial hidup dalam dunia sosial sedangkan aktivitas bisnis hidup dalam dunia pasar (Araily, 2013). Dalam

konteks ini, kehadiran PKL tidak bisa dianggap semata-mata merupakan perilaku bisnis, namun hubungan antara PKL dan konsumen terkadang terbungkus oleh nilai-nilai budaya. Penyeleksian atau penentuan lokasi menjadi keputusan paling penting baik dalam keputusan industri manufaktur maupun dalam usaha dagang (Reynolds & Wood, 2010) termasuk dalam konteks ini PKL.

Dalam Khasanah teori dan empiris, studi tentang lokasi memang didominasi literatur berbahasa inggris dalam beberapa dekade, namun tidak dapat dipungkiri bahwa akar teori lokasi modern merupakan buah pemikiran intelektual Jerman (Fujita, Krugman dan Veneble, 1999; Lesger, 2011). Dua karya yang paling relevan dalam konteks ritel adalah pemikiran Walter Christaller (1893-1969) dan Agustus Losch (1906-1945). Bila disarikan dua pemikiran Christoler dan Losch bahwa ada dua konsep yang memainkan peran penting studi lokasi usaha yaitu *range* (jangkauan) dan *threshold* atau ambang batas (Lesger, 2011). Syarat *range* dan *threshold* menjadi dasar penentuan lokasi terbaik usaha dagang. *Range* artinya berapa jarak maksimal yang harus ditempuh konsumen untuk membeli produk tertentu. Sedangkan *threshold* adalah berapa permintaan (konsumsi) minimal untuk menjaga usaha atau untuk tetap berjalan (Lesger, 2011).

Ada tiga teori lokasi yang dapat digunakan untuk menelaah perilaku usaha dagang termasuk PKL, dimana ketiga teori ini saling melengkapi satu dengan yang lain dan mampu menjawab konsep keunggulan lokasional, yaitu (Litz & Rajaguru, 2008): *central place theory* (Christaller, 1933), teori interaksi spasial (Reilly 1929, 1931), dan prinsip diferensiasi minimum (Hotelling, 1929). Penekanan dari teori *central place* adalah terletak pada biaya *commuting* atau putar balik dalam memberi produk (Mokyr,

1995). Sebagai pencetus teori *central place*, Christaller dan Losch menekankan pada biaya transportasi, di mana permintaan akan barang dan jasa akan menurun dengan jauhnya jarak dari sumber pasokan (Litz & Rajaguru, 2008), dengan kata lain bagaimana interaksi biaya transpor dalam menghasilkan ekonomi spasial (Fujita, Krugman & Veneble, 1999: 26).

Dalam konteks usaha dagang, maka orientasi paling penting adalah meminimalkan biaya transpor bagi konsumen dalam membelanjakan barang dan jasa. Konsep aglomerasi usaha yang sekarang banyak diimplementasikan adalah dalam rangka mengurangi biaya transportasi. Rendahnya biaya transportasi akan menyebabkan rendahnya biaya perbandingan (*comparison cost*) akan barang dan jasa

Teori interaksi spasial prinsipnya menekankan kombinasi antara campuran produk dan pelayanan (Litz & Rajaguru, 2008). Dalam konteks ini lokasi menjadi tidak menarik bila tidak tersedia produk dan layanan terbaik. Bila dilihat dari formulasi model rumusan interaksi spasial, maka akan memuat (Nakaya et al., 2007): arus konsumen dari pemukiman menuju pasar, jumlah perjalanan, probabilitas konsumen memilih toko tertentu, daya tarik sebuah toko dan jarak pemukiman dengan toko.

Produk dan layanan dalam konteks lokasi dapat dipahami sebagai gaya hidup, Studi (Nakaya et al., 2007) mengamati interaksi spasial dengan memahami perilaku konsumen dengan gaya hidup. Di samping itu, interaksi spasial juga dapat memahami perluasan dan jaringan perdagangan. Studi (Keller & Shiue, 2007) menggunakan model interaksi spasial untuk menganalisis pola perdagangan beras Cina, hasil penelitian menunjukkan bahwa fitur spasial penting untuk perluasan perdagangan, fitur spasial

juga mempengaruhi arah di mana jaringan perdagangan berkembang.

Teori terakhir dalam dalam artikel ini terkait pemahaman spasial adalah *minimum differentiation Hotelling (1929)*. Hotelling menegaskan bahwa tidak semua transaksi tergantung pada semua akses pasar, namun terpenting adalah kedekatan dengan sumber lain dari produk dan jasa yang sama (Litz & Rajaguru, 2008). Dalam konteks ini dekat dengan pesaing adalah lebih penting dekat pelanggan (Litz & Rajaguru, 2008). Konsep *attraction cumulative* menjadi dasar konsep *minimum differentiation*, artinya sejumlah toko yang menjual barang yang sama akan lebih atraktif (melakukan ekspansi) bisnis dengan luas ketika mereka saling berdekatan (Litz & Rajaguru, 2008).

Dasar dari pemikiran ini menjelaskan ketika harga dan jenis produk yang dijual oleh toko sama, maka konsumen akan membeli produk pada lokasi yang terdekat. Anggaplah ada dua toko sepanjang jalan kiri dan kanan, semakin ke kanan menuju pusat pasar sebelah kanan, sedangkan semakin ke kiri menuju pusat pasar disebelah kiri. Masing-masing toko tidak mungkin memosisikan diri dekat pasar kiri dan kanan, harus dipilih salah satunya. Lebih condong pada pasar kiri maka akan kehilangan peluang pasar kanan, demikian juga sebaliknya. Maka idealnya kedua toko memosisikan diri berada di tengah sehingga dapat mengakomodir kedua-duanya pasar.

Pemikiran Hotelling mendapat tantangan dari peneliti setelahnya (Palma, 1986). Studi (Houde, 2012) terkait pasar bensin (*gasoline*) menunjukkan hal menarik, bahwa spasial diferensiasi tergantung dari intuitif pada struktur jaringan jalan dan arah arus lalu lintas. Artinya dalam konteks pasar bensin pengemudi tidak terlalu mempersoalkan pelayanan namun tergantung dari jalur jalan terdekat dan arus lalu lintas.

Pemikiran Hotelling mendapat tantangan dari peneliti setelahnya (Palma, 1986). Studi (Houde, 2012) terkait pasar bensin (*gasoline*) menunjukkan hal menarik, bahwa spasial diferensiasi tergantung dari intuitif pada struktur jaringan jalan dan arah arus lalu lintas. Artinya dalam konteks pasar bensin, pengemudi tidak terlalu mempersoalkan pelayanan namun tergantung dari jalur jalan terdekat dan arus lalu lintas.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini memaknai pentingnya lokasi terhadap kelayakan atau keberlanjutan usaha PKL serta faktor penentu lokasi berjualan bagi PKL sehingga dapat menjadi acuan bagi pemerintah daerah ke depan dalam merancang relokasi bagi PKL. Pengetahuan lokasi ini diharapkan menjadi dasar relokasi PKL yang dapat diterima PKL sehingga mengurangi konflik antara pemerintah dan PKL. Lokasi penelitian adalah di Kota Mataram, Provinsi Nusa Tenggara Barat. Penelitian dilakukan secara kualitatif. Dengan melakukan observasi dalam memahami karakteristik lokasi yang ditempat PKL berjualan. Disamping observasi juga dilakukan wawancara terhadap birokrat pemerintahan Kota Mataram dalam menggali gambaran upaya yang dilakukan pemerintah kota terhadap relokasi PKL. Penelitian ini juga mewawancarai beberapa PKL terkait model lokasi yang ideal menurut mereka.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasar observasi peneliti lokasi yang menjadi sentra PKL masing-masing memiliki karakteristik unik. Ada beberapa produk yang dijual di setiap karakter lokasi yang berbeda yaitu: nasi bungkus (nasi balap), minuman dari buah peras jeruk, tebu peras, buah-buahan, rujak

jambu batu, ikan bakar jual ikan hias (ikan koi) dan lain-lain. Saat sore sampai malam jumlah PKL menjadi lebih banyak. Mengisi banyak traktoar. Di depan Taman Budaya Mataram misalnya terisi banyak model makanan dan minuman *franchise*. Ada banyak anak muda yang makan dan minum. Sedangkan di jalur utama Cakranegara, berdekatan dengan Mall Mataram, Rumah sakit Risa Medika dijual makanan berat seperti ayam taliwang, soto ayam dan lain-lain.

Hasil observasi lapangan menunjukkan, bahwa karakteristik barang yang dijual PKL ditentukan oleh karakteristik lokasi dekat lokasi jualan. Tujuan penciptaan karakter ini adalah untuk memperbanyak pembeli. Ada beberapa karakteristik lokasi PKL di Kota Mataram, yaitu:

- Dekat dengan proyek pembangunan (misalnya proyek pembangkit listrik)
- Dekat kampus dan Rumah Sakit
- Dekat dengan pusat kunjungan masyarakat Lombok (misalnya: Makam ulama)
- Dekat pantai
- Sekitar terminal dan jalan transnasional menuju pulau Sumbawa

4. LOKASI YANG LAYAK

Beberapa lokasi PKL yang menjadi objek penelitian seperti di samping gedung Pascasarjana UIN Mataram, PKL di sepanjang jalur Loang Baloq, PKL di depan Taman Budaya, PKL di depan RS Risa Mataram, PKL di depan RS Unram, PKL di jalur ke timur Bertais, memberikan keterangan sebagai berikut:

1. Pedagang Nasi Balap di samping gedung Pascasarjana UIN Mataram selain berjualan Nasi Balap, mereka juga menjual aneka makanan ringan seperti *snack*, selain itu juga mereka menjual es, kopi, rokok eceran, kerupuk, air gelas dan keripik

singkong. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara bersama para PKL di samping Gedung Pascasarjana UIN Mataram bahwa pemilihan lokasi berjualan didasarkan pada tempatnya yang strategis di mana lokasi tersebut menjadi pusat pendidikan dan juga pusat keramaian yang pelanggannya sebagian besar adalah siswa Sekolah Menengah Pertama (SMP), Sekolah Menengah Atas (SMA), serta mahasiswa-mahasiswi yang umumnya berasal dari Universitas Mataram dan Universitas Islam Negeri Mataram. Adapun keseharian para pedagang di samping gedung pascasarjana UIN Mataram adalah sepenuhnya berdagang, tidak ada kegiatan sampingan yang dilakukan dan murni hanya berdagang.

Lebih lanjut dalam wawancara langsung bersama PKL yang berada di samping gedung pascasarjana UIN Mataram, mereka menyampaikan bahwa apabila ada kebijakan

pemerintah di kemudian hari yang mengharuskan mereka untuk di relokasi atau dipindah ke tempat lain, maka para PKL menginginkan pemindahan tersebut juga sesuai dengan lokasi yang strategis dan pusat keramaian sehingga dapat membantu PKL untuk tetap *survive* dan pendapatan mereka tidak menurun karena sebab dan akibat pemindahan tersebut. Selain itu penataan lapak PKL juga penting dilakukan sebagai bentuk perhatian dari Pemkot kepada para PKL agar lapak-lapak dari PKL tersebut bisa permanen dan terlihat rapi sehingga dapat mengurangi lapak yang terlihat kumuh dan tidak modern. Karena bagaimanapun juga, para PKL menyampaikan bahwa mereka juga memiliki surat izin usaha dan secara langsung memberikan pemasukan bagi pemerintah setiap bulan sehingga sangat wajar jika para PKL mendapat perhatian dalam bentuk penataan lapak mereka.

Gambar 1. PKL Dekat Kampus



Dokumentasi PKL penjual Nasi Balap

2. Berbeda dengan PKL sebelumnya, PKL di sepanjang jalur Loang Baloq memiliki karakteristik tersendiri yang di sesuaikan dengan letak geografis di mana PKL berjualan. Di sepanjang

jalur Loang Baloq sampai ke Pantai Gading tersedia makanan seperti ikan bakar, peleceng terong dan peleceng kangkung serta kerupuk dan minuman seperti jus buah dan air mineral. Letak

dan lokasinya yang bersebelahan dengan taman rekreasi Loang Baloq dan Pantai Gading membuat para PKL berjejeran di sepanjang jalan tersebut untuk menjual makanan khas yaitu berupa ikan bakar sebagai daya tarik utama bagi pembeli. Harga ikan bakar yang terbilang relative murah untuk kantong pengunjung yaitu mulai dari harga Rp;10.000 untuk ikan tongkol sampai harga Rp; 45.000 untuk ikan laut jenis kakap merah membuat pengunjung selalu ramai untuk menikmati ikan bakar.

Pemilihan lokasi berjualan untuk para PKL ini didasarkan pada tempatnya yang berdekatan dengan tempat tinggal PKL karena sebagian besar pedagang ikan bakar berasal dari Gubuk Sembalun, BTN Perum Lingkar Permai, Sekarbele, Loang Baloq, dan Mapak. Selain itu karena lokasi yang saat ini mereka tempati sudah sejak lama menjadi sentra penjual ikan bakar, maka para pelanggan dapat dengan mudah jika ingin mencari sentra penjual ikan bakar di Kota Mataram. Para pelanggan-pun berasal dari berbagai macam daerah di antaranya adalah masyarakat Kota Mataram dan Lombok Barat, masyarakat Bima, Dompu, Sumbawa yang kebetulan sedang berlibur di Kota Mataram. Selain itu mata pencaharian para PKL

sebagian besar hanya berjualan dan hanya beberapa orang saja yang memiliki kegiatan lain selain berjualan seperti menjadi kuli bangunan ketika sepi pembeli saat pandemi Covid-19. Pendapatan para PKL biasanya bisa mencapai kisaran Rp.1.000.000 pada saat ramai dan ketika sepi bisa mencapai Rp. 300.000-500.000.

Pemulihan ekonomi terutama ekonomi para pedagang kecil seperti PKL di sepanjang jalan Loang Baloq berangsur pulih imbas dari pandemi Covid-19 serta menumbuhkan harapan baru bagi pedagang untuk peningkatan jumlah pelanggan seperti pada hari-hari biasa sebelum pandemi Covid-19. Tetapi meskipun demikian, berdasarkan wawancara di lapangan bersama para pedagang, apabila dikemudian hari pemerintah ingin memindahkan mereka ke tempat lain, maka mereka akan menerima dengan baik tentunya dengan lokasi dan tempat yang strategis agar pendapatan mereka tidak menurun. Harapan lain juga disampaikan para pedagang ikan bakar di Loang Baloq apabila pemerintah ingin melakukan penataan lapak, maka pedagang menginginkan lapak yang permanen dan paten agar ketika hujan tidak terjadi bocor dan terlihat lebih rapi.

Gambar 2. Sentra Pedagang Ikan Bakar PKL Loang Baloq



Sumber: Dokumentasi Peneliti

3. Pedagang kali lima (PKL) yang berada di depan Taman Budaya Kota Mataram menjajakan makanan mulai dari pukul 16.00-22.00 Wita. Ada beberapa makanan yang dijajakan di sepanjang trotoar di depan Taman Budaya di antaranya berupa kebab, kue serabi, nasi padang dan sate bulayak (sate daging yang potong kecil-kecil dengan rasa pedas). Lokasi yang strategis dan pusat keramaian menjadi alasan para PKL untuk berjualan di sana. Selain itu menjadi tempat yang populer di kalangan anak muda menjadikannya selalu ramai dikunjungi oleh para pembeli yang berasal dari berbagai daerah seperti Kota Mataram, Lombok Barat, serta mahasiswa-mahasiswi yang berasal dari Bima, Dompu, Sumbawa. Dalam wawancara langsung bersama salah satu pedagang kali lima yaitu pak DM yang berjualan serabi di depan Taman Budaya Kota Mataram menyampaikan bahwa kegiatan sehari-hari atau pekerjaan sehari-harinya adalah berjualan serabi yang hampir sudah 1,7 tahun lamanya dengan harga

serabi Rp. 10.000/porsi. Dalam kegiatan berjualan, para pedagang membayar uang kebersihan kepada pak AB sebesar 5000/minggu sebagai bentuk kontribusi agar kebersihan tetap terjaga di sepanjang lapak para PKL.

Lebih lanjut keterangan salah satu PKL pak DM, misalkan pemerintah memindahkan ke lokasi lain maka sebagai masyarakat yang baik maka harus mengikuti pemerintah. Akan tetapi jawaban yang sama juga seperti PKL-PKL yang berada di daerah lain bahwa jika lokasi berjualan di pindahkan, maka PKL berharap lokasi baru tersebut merupakan lokasi strategis dan menjadi pusat keramaian sehingga sebagai pedagang kecil mereka menjadi terbantu. Selain itu penataan lapak PKL juga penting dilakukan oleh pemerintah sehingga dalam wawancara langsung bersama PKL di depan Taman Budaya bahwa mereka berharap dibuatkan lapak permanen seperti yang ada di Jalan Udayana Kota Mataram.

Gambar 4. Lokasi PKL dekat Taman Budaya



Sumber: Dokumentasi Peneliti

4. Di wilayah Cakranegara atau tepatnya di depan rumah sakit Risa Kota Mataram terdapat PKL yang menyediakan berbagai macam menu makanan berat seperti ayam bakar, jeroan, tempe, tahu, ikan bakar, terong bakar, pececing kangkung, beberoq, dan juga minuman es teh, es jeruk dan air mineral. Lokasi yang strategis dan menjadi pusat perbelanjaan di Kota Mataram menjadi alasan para PKL tertarik untuk berjualan di tempat tersebut. Adapun jika PKL ingin berjualan di sepanjang jalan Cakranegara khususnya di trotoar sebelah kanan jalan, maka PKL akan membayar uang bulanan sebesar Rp. 400.000-500.000 kepada pemilik lahan dikarenakan untuk lapak sebelah kanan jalan itu berhubungan langsung dengan pemilik bangunan yang di sebelah lapak tersebut. Pendirian lapak PKL harus memiliki surat izin usaha yang dikeluarkan oleh pemerintah Kota Mataram dengan tujuan untuk menghindari lapak-lapak yang tidak memiliki izin usaha.

Berdasarkan hasil wawancara bersama salah seorang pedagang, mereka menyampaikan bahwa pemasukan paling besar biasanya pada

saat hari-hari besar Islam seperti libur lebaran di mana para pelanggan yang berasal dari Bima, Dompu, Sumbawa berlibur ke Kota Mataram dan meningkatkan jumlah kunjungan yang makan di tempat mereka. Lebih lanjut pedagang juga menyampaikan bahwa ketika hari libur lebaran, biasanya lapak mereka ramai dan para pelanggan bahkan duduk berjejer di bawah tanpa kursi untuk menyantap makanan yang disediakan. Hal ini juga menambah pemasukan para pedagang hingga Rp. 4.000.000/ malam. Kegiatan sehari-hari para PKL yaitu berjualan dan buka mulai dari jam 17.00-00.00 wita.

Untuk pertanyaan yang berkaitan dengan pemindahan lapak pedagang, maka disampaikan oleh para pedagang di depan RS Risa Mataram bahwa pedagang akan menerima jika harus dipindah ke tempat lain tetapi dengan lokasi dan tempat yang strategis juga. Selain itu, jika ada penataan dari pemerintah Kota Mataram, maka para pedagang berharap untuk dibuatkan lapak yang permanen agar terlihat bagus dan rapi serta nyaman ditempati

Gambar 3. PKL di Jalur Utama Cakranegera



Sumber: Dokumentasi Peneliti

5. Keberadaan PKL di depan Rumah Sakit Universitas Mataram umumnya adalah penjual nasi balap, penjual sosis dan bakso bakar, penjual es jeruk peras dan sebagian adalah penjual es kelapa muda. Keberadaan PKL ini dipengaruhi oleh lokasi berjualan yang sangat strategis karena berada tepat di depan kampus Universitas Mataram di mana merupakan kampus terbesar di NTB dan memiliki mahasiswa kurang lebih 32.000 mahasiswa. Peluang ini dimanfaatkan oleh para PKL untuk berjualan aneka makanan dan minuman serta target pasarnya merupakan mahasiswa dan mahasiswi dan pengendara yang lewat di Jalan Majapahit.

Kegiatan sehari-hari para PKL di depan RS Unram adalah berjualan untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka, dengan omset sehari berkisar Rp; 500.000-1000.000. Keputusan untuk berjualan di depan RS Unram

berdasarkan hasil wawancara di lapangan bahwa para PKL tidak memiliki izin usaha serta pendirian lapak PKL yang secara sukarela tanpa ada rekomendasi dari pemerintah Kota Mataram untuk berjualan di sana. Sebagai contoh, salah satu informan yang bernama AI mendirikan lapaknya secara langsung tanpa melakukan kontak terhadap petugas yang berwenang dalam hal ini adalah pemerintah Kota Mataram. Apabila sewaktu-waktu pemerintah melakukan pemindahan terhadap lapak PKL di depan RS Unram, maka para pedagang berharap dipindahkan ke lokasi yang strategis dan tentunya berada di daerah perkotaan. Selain itu berkaitan dengan penataan lapak para PKL, maka pedagang berpandangan bahwa para PKL harus dibuatkan lapak atau tempat khusus agar tidak berjejer di badan trotoar dan mengganggu pengguna jalan.

Gambar 5. PKL dekat Rumah Sakit UNRAM



Sumber: Dokumentasi Peneliti

6. Di jalur ke timur terminal bus Bertais, PKL menjual aneka buah-buahan seperti Duren, Manggis, Rambutan, Mangga, Pepaya, Sabo, Salak yang sejak pagi hari hingga sore hari. Adapun pemilihan lokasi berjualan adalah karena berdekatan dengan rumah PKL serta merupakan jalur utama lintas kabupaten baik Kabupaten Lombok Barat, Lombok Tengah, Lombok Timur hingga Pulau Sumbawa sehingga pelanggan-pun biasanya ada yang berasal dari pulau Sumbawa yang hendak membeli buah untuk di bawa pulang ke kampung halaman atau sekedar untuk di makan di dalam bus. Para PKL juga mengungkapkan bahwa keseharian mereka hanya berjualan buah-buahan untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka yang omzet per hari berkisar Rp.300.000-500.000, bahkan bisa lebih jika ramai. Buah-buahan yang mereka jual biasanya dibeli di pasar

dan juga sebagian didapat dari kebun-kebun tetangga seperti mangga, rambutan, pepaya. Selain itu juga biasanya para PKL berkeliling mencari buah-buahan yang langsung dari tangan petani seperti di Lingsar dan Narmada agar mendapat harga yang sesuai dan dapat dijual kembali dengan memperoleh keuntungan.

Para PKL juga mengungkapkan apabila pemerintah dikemudian hari ingin memindahkan mereka, maka harapan mereka bisa dipindahkan ke tempat yang bagus dan strategis sehingga mereka sebagai penjual bisa tetap bertahan untuk jualan buah karena sudah dari dulu berjualan buah. Walaupun belum bisa dipindah, maka PKL berharap diberikan lapak yang permanen dan bagus sebagai tempat pedagang buah di jalur Bertais berjualan agar terlihat rapi dan lebih teratur.

Gambar 6. PKL di Jalur Terminal Bus Bertais



Sumber: Dokumentasi Peneliti

Hasil wawancara dengan salah satu pegawai dinas perindustrian Kota Mataram, Ibu E menjelaskan ke depan akan dilakukan penataan yang dilengkapi dengan tempat parkir. Namun sementara ini menurut H. Dh kendala pembangunan ruang untuk PKL karena Pemerintah Kota tidak memiliki lahan atau aset di kawasan utama atau pusat keramaian yang menjadi tempat favorit PKL. Masih menurut H.Dh harusnya PKL berjualan di trotoar atau pedestrian yang layak, yaitu lebar minimal 2 meter dan tidak dibangun permanen.

Sehingga jalan tengah saat ini, penggunaan trotoar dapat dilakukan namun tidak mengurangi hak pedestrian. Lebar trotoar minimal 2 meter dan tidak boleh dibuat permanen. Dalam menjaga keindahan perkotaan perlu dipikirkan penyeragaman bentuk lapak-lapak PKL. Bila memungkinkan untuk tujuan itu disubsidi pemerintah kota sehingga lapak PKL layak dan tetap memberi keindahan di ruang perkotaan.

5. KESIMPULAN

Berdasar hasil studi ini dapat disimpulkan bahwa keputusan lokasi dan jenis produk yang dijual PKL ditentukan oleh beberapa aspek:

- Lokasi yang strategis atau yang layak bagi PKL adalah padat dilintasi masyarakat dan aktivitas di kawasan itu seperti aktivitas Pendidikan, rumah sakit, pembangunan proyek dan pariwisata seperti pantai.
- Lokasi yang dekat dengan empat tinggal PKL.
- Jenis barang yang dijual mengikuti karakteristik lokasi, misalnya dekat kampus maka nasi berharga murah, terminal dan jalan transnasional buah-buahan, pinggir pantai menjual ikan bakar.

Dalam merelokasi PKL, pemerintah perlu mempertimbangkan lokasi yang strategis yang diartikan menjadi pusat keramaian atau tempat melintas banyak orang. Di samping itu perlu juga dipertimbangkan lokasi PKL yang sesuai karakteristik lokasi, seperti dekat kampus dan perkantoran PKL yang berjualan nasi, kue dan minuman, pinggir pantai PKL yang jual ikan bakar, pinggir sungai atau bendungan bisa juga dikreasikan PKL jual lalapan ikan air tawar. Maka model PKL disarankan adalah bentuk kluster yaitu mengelompok jenis PKL yang menjual produk sejenis yang sesuai dengan karakteristik lokasi tersebut. Kendalanya, pemerintah Kota

tidak banyak memiliki aset di kawasan-kawasan strategis yang menjadi lokasi favorit PKL. Walaupun ada upaya untuk membangun dan menata PKL tersebut di beberapa kawasan. Jalan tengah saat ini, penggunaan trotoar dapat digunakan pada tempat dan jam tertentu dengan syarat lebar trotoar minimal 2 meter sehingga tidak mengganggu pedestrian. Bangunan PKL tidak secara permanen dan perlu penyeragaman corak lapak PKL sehingga tetap menyuguhkan keindahan terhadap perkotaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Chiu, C. (2013). Informal management, interactive performance: street vendors and police in a Taipei night market. *International Development Planning Review*, 35(4), 335–352. <https://doi.org/10.3828/idpr.2013.24>
- Houde, J.-F. (2012). Spatial Differentiation and Vertical Mergers in Retail Markets for Gasoline. *American Economic Review*, 102(5), 2147–2182. <https://doi.org/10.1257/aer.102.5.2147>
- John, C. (2000). Street vendors, modernity and postmodernity: Conflict and compromise in the global economy. *The International Journal of Sociology and Social Policy*; 2000; 20, 1/2.
- Keller, W., & Shiue, C. H. (2007). The origin of spatial interaction. *Journal of Econometrics*, 140(1), 304–332. <https://doi.org/10.1016/j.jeconom.2006.09.011>
- Lesger, C. (2011). Patterns of retail location and urban form in Amsterdam in the mid-eighteenth century. *Urban History*, 38(01), 24–47. <https://doi.org/10.1017/S0963926811000022>
- Litz, R. a., & Rajaguru, G. (2008). Does Small Store Location Matter? A Test of Three Classic Theories of Retail Location. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 21(4), 477–492. <https://doi.org/10.1080/08276331.2008.10593436>
- Nakaya, T., Fotheringham, a. S., Hanaoka, K., Clarke, G., Ballas, D., & Yano, K. (2007). Combining microsimulation and spatial interaction models for retail location analysis. *Journal of Geographical Systems*, 9(4), 345–369. <https://doi.org/10.1007/s10109-007-0052-2>
- Palma, D. (1986). The principle of minimum differentiation holds under sufficient he. *Econometrica*, 53(4).
- Perdana, E. A. L., Rahayu, P., & Hardiana, A. (2020). Karakteristik pedagang kaki lima dan preferensinya terhadap lokasi kawasan Solo Techno Park. *Region : Jurnal Pembangunan Wilayah Dan Perencanaan Partisipatif*, 15(2), 172. <https://doi.org/10.20961/region.v15i2.24440>
- Reynolds, J., & Wood, S. (2010). Location decision making in retail firms: evolution and challenge. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 38(11), 828–845. <https://doi.org/10.1108/09590551011085939>
- Satarudin, Suprianto, & Akung Daeng. (2020). Analisis Kualitatif Keberadaan Pedagang Kaki Lima di Kota Mataram. *Elastisitas - Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 2(2), 169–179. <https://doi.org/10.29303/e-jep.v2i2.29>
- Setiyawan, A. A., Sari, S. R., & Sardjono, A. B. (2020). Pengaruh Pemilihan Lokasi Dagang Terhadap Visibilitas Pedagang Kaki Lima. *Langkau Betang: Jurnal Arsitektur*, 7(1), 57.

- <https://doi.org/10.26418/lantang.v7i1.37640>
- Sudiartini, N. W. A., Kardini, N. L., Mulyani, P. A., & Sariyani, N. L. P. (2020). Strategi Bisnis Pedagang Kaki Lima Pada Masa Social Distancing Di Kota Denpasar. *Media Bina Ilmiah*, 14(10), 3389. <https://doi.org/10.33758/mbi.v14i10.562>
- Walsh, J. (2010). Street Vendors and the Dynamics of the Informal Economy : Evidence from Vung Tau , Vietnam. *Asian Social Science*, 6(11), 159–166.
- Widjajanti, R. (2014). Permasalahan Lokasi Pedagang Kaki Lima dalam Ruang Perkotaan. *Jurnal Tataloka*, 16(1), 18. <https://doi.org/10.14710/tataloka.16.1.18-28>
- Williams, C. C., & Gurtoo, A. (2012). Evaluating competing theories of street entrepreneurship: some lessons from a study of street vendors in Bangalore, India. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 8(4), 391–409. <https://doi.org/10.1007/s11365-012-0227-2>
- Wood, I. (2011). *The neoliberalization of street vending policy in Lima. Peru: the politics of citizenship. property and public space in the production of a new urban marginality*. Brock University.
- Yatmo, Y. A. (2008). Street Vendors as ‘Out of Place’ Urban Elements. *Journal of Urban Design*, 13(3), 387–402. <https://doi.org/10.1080/13574800802320889>