

Studi sosiologis kewirausahaan pedagang muda Pasar Santa, Jakarta Selatan = Sociological study of youth entrepreneurship in Pasar Santa South Jakarta / Fitria Afriani

Fitria Afriani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20432724&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Tesis ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tinjauan sosiologis mengenai kewirausahaan pedagang muda di Pasar Santa yang terletak di kawasan Kebayoran Baru, Jakarta Selatan. Kewirausahaan sendiri merupakan pengambilan resiko untuk menjalankan usaha sendiri dengan memanfaatkan peluang untuk menciptakan usaha baru atau dengan pendekatan inovatif sehingga usaha yang dikelola berkembang menjadi besar dan mandiri dalam menghadapi tantangan-tantangan persaingan. Argumen utama peneliti adalah salah satu hal yang membuat para pedagang muda Pasar Santa mampu bertahan dalam menjalankan kegiatan wirausahanya saat hingga saat ini tidak hanya disebabkan oleh karakteristik atau semangat berwirausaha mereka yang terkesan tidak mengikuti tren saja, tetapi juga karena kemampuan mereka dalam mengelola dan menerapkan strategi marketing untuk menarik dan mempertahankan konsumennya. Untuk menggali permasalahan tersebut secara lebih mendalam, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan melakukan observasi dan wawancara mendalam terhadap lima orang pedagang muda di Pasar Santa. Peneliti juga melakukan wawancara dengan pihak pengelola pasar untuk mengetahui bagaimana sejarah Pasar Santa itu sendiri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hal-hal yang melatarbelakangi keputusan para pedagang muda untuk membuka kios di Pasar Santa adalah adanya hasrat ingin bebas dan peluang yang terdapat di dalam pasar mulai dari harga sewa kios yang relatif murah yakni berkisar 3-3,5 juta per tahun dan lokasi pasar yang terbilang strategis. Strategi marketing yang mereka gunakan untuk mempertahankan usahanya terdiri dari penyelenggaraan event, penggunaan media sosial dan pemanfaatan jaringan pertemananan maupun keluarga. Fenomena kewirausahaan pedagang muda Pasar Santa merupakan sebuah bukti bahwa entrepreneur Indonesia tidak hanya didominasi oleh entrepreneur yang hanya ikut-ikutan tren saja, tapi merupakan sekelompok orang yang memiliki spirit atau jiwa entrepreneur. Fenomena ini ternyata menghasilkan suatu kerjasama yang baik yang tercermin lewat kegiatan duduk bareng baik antar pedagang maupun antar pedagang dengan pihak pengelola pasar.

<hr>

ABSTRACT

This thesis aims to determine how the sociological perspective regarding young entrepreneurship in Pasar Santa, Kebayoran Baru, South Jakarta. Entrepreneurship itself is taking a risk to run own business by taking advantage of opportunities to create new businesses or with an innovative approach to develop the business into major and independent in facing the challenges of competition. The main argument of this thesis is one of the things that makes the young entrepreneur Pasar Santa is able to survive in running entrepreneurial moment until today not only due to the characteristics or the spirit of entrepreneurship they were impressed not

follow trends, but also because of their ability to manage and implement strategies marketing to attract and retain their consumer. To explore these issues deeply, researchers used a qualitative approach to observation and in-depth interviews of five young entrepreneur in Pasar Santa. Researchers also conducted interviews with the manager of the market to see how the history of Pasar Santa itself. The results showed that the matters underlying the decision of the young entrepreneur to open a store in Pasar Santa is their desire to be free and the opportunities present in the market ranging from stall rental prices are relatively cheap which ranges from 3-3.5 million per year, and the location is fairly strategic. Marketing strategies that they use to defend their business is organizing events, employing social media and utilization network. This phenomenon is a proof that the Indonesian entrepreneur is not only dominated by entrepreneurs who just went along with the trend, but a group of people who have the entrepreneurial spirit or soul. This phenomenon turned out to produce a good cooperation that shown by the activity of duduk bareng (sit together to discuss their business).