

2. GAMBARAN UMUM WILAYAH PENELITIAN

2.1 Gambaran Umum Kecamatan Pasar Minggu

Kondisi Wilayah Kecamatan Pasar Minggu yang terletak di bagian Selatan Ibukota Jakarta dengan ketinggian 15 -20 meter diatas permukaan air laut dan suhu rata-rata 27⁰ C merupakan wilayah yang ditetapkan sebagai wilayah pemukiman sekaligus wilayah resapan air. Luas Wilayah Kecamatan Pasar Minggu sesuai Surat Keputusan Gubernur Nomor 1815 Tahun 1989 seluas 2.189,41 Ha terdiri dari 7 (tujuh) Kelurahan adalah sebagai berikut :

1. Kelurahan Pasar Minggu : 278,60 Ha
2. Kelurahan Pejaten Barat : 289,78 Ha
3. Kelurahan Pejaten Timur : 287,83 Ha
4. Kelurahan Ragunan : 504,74 Ha
5. Kelurahan Jatipadang : 249,80 Ha
6. Kelurahan Cilandak Timur : 352,66 Ha
7. Kelurahan Kebagusan : 226,00 Ha

Adapun batas - batas wilayah kecamatan adalah sebagai berikut :

- Sebelah Utara : Jl. Haji Samali, Jl.Kalibata Timur (Empang Tiga), Jl. Pulo Kecamatan Mampang Prapatan
- Sebelah Selatan : Jl. Poltangan, Jl. Joe, Jl. H. Mursid, Jl. Sagu Kavling Polri Kecamatan Jagakarsa
- Sebelah Timur : Kali Ciliwung, Kecamatan Kramat Jati - Jakarta Timur
- Sebelah Barat : Kali Krukut, Kecamatan Cilandak



Gambar 2.1. Peta Kawasan Pasar Minggu Jakarta Selatan.
Sumber : Jakarta Map & Street Guide Tahun 2007

2.2. Sejarah Perkembangan Pedagang Kaki Lima di Pasar Minggu

Pasar di kecamatan Pasar Minggu pada saat yang lampau pada awalnya hanyalah sebuah pasar buah-buahan yang merupakan tempat penjualan hasil kebun penduduk di sekitarnya. Lokasinya berada di lahan yang saat ini telah berdiri gedung pertokoan Robinson, para penjualnya berdagang seperti pedagang kaki lima yang saat ini kita kenal. Pasar tersebut hanya ramai pada setiap hari minggu saja, oleh karena itulah maka wilayah tersebut akhirnya diberi nama Pasar Minggu, yang kemudian digunakan sebagai nama Kelurahan dan Kecamatan. Kegiatan jual beli hanya berlangsung seminggu sekali dan waktunya sampai selesai sholat Dzuhur (jam 13.00) karena waktunya sangat terbatas, pedagang hasil tanaman buah-buahan cukup banyak mengakibatkan para petani buah di Pasar Minggu banyak yang memasarkan buah-buahan hasil dari kebunnya ke luar Pasar Minggu bahkan sampai keluar kota Jakarta dan ke luar Jawa. Para pedagang yang berdagang di pasar tersebut mayoritas adalah penduduk sekitar Pasar

Minggu, walaupun ada penduduk di luar Pasar Minggu yang ikut berjualan tetapi tidak terlalu banyak, itupun berasal dari daerah yang berdekatan antara lain Jagakarsa dan Depok (Sulistyanto,2002).

Keadaan ini mengalami perubahan ketika terjadi pemekaran wilayah Jakarta berdasarkan Peraturan Pemerintah RI Nomor 25 Tahun 1978, dengan adanya pemekaran ini maka membawa konsekuensi terjadinya perubahan RUTR (Rencana Umum Tata Ruang) 1965-1985 yang menetapkan kawasan Pasar Minggu sebagai kawasan hijau dan resapan air dirubah menjadi kawasan permukiman disamping masih dipertahankan sebagai daerah resapan air. Pembangunan lahan permukiman baru di wilayah Pasar Minggu membawa dampak yang cukup banyak antara lain, antara lain berkurangnya lahan pertanian dan meningkatnya angka kepadatan penduduk yang pada akhirnya berpengaruh pada meningkatnya keperluan pemenuhan kebutuhan sehari-hari khususnya untuk konsumsi dan kebutuhan sehari-hari (Sulistyanto,2002).

Untuk pemenuhan kebutuhan tersebut maka pasar yang semula hanya sebagai tempat menjual buah-buahan saja akhirnya berubah menjadi pasar yang menjual kebutuhan pokok masyarakat sehari-hari. Hal ini merupakan suatu peluang dalam sektor informal yang menarik bagi masyarakat untuk berdagang, sehingga semakin banyak pedagang kaki lima pendatang yang berasal dari berbagai daerah berdagang di pasar tersebut, di samping itu komoditas yang diperdagangkan menjadi semakin beragam sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Semakin banyak penambahan jumlah pedagang kaki lima mengakibatkan lahan yang semula hanya berlokasi di Robinson menjadi melebar sampai ke lokasi yang sekarang berdiri gedung PD. Pasar Jaya, Pasar Inpres serta lahan jalan keluar masuk terminal angkutan kota dan lokasi yang semula hanya digunakan sebagai pasar akhirnya digunakan juga sebagai terminal angkutan kota (Sulistyanto,2002).

Pedagang kaki lima tersebut tidak hanya berjualan di dalam lokasi lahan yang ada saja tetapi juga di sepanjang jalan Ragunan dan jalan Raya Pasar Minggu yang mengakibatkan timbulnya kemacetan arus lalu lintas yang selalu mewarnai pemberitaan hampir seluruh surat kabar harian di Jakarta pada tahun 1985 (Harian Berita Yudha, 1985). Pasar Minggu yang dulu dikenal sebagai

penghasil buah-buahan maka pada tahun 1985 lebih dikenal sebagai pasar tradisional yang tidak pernah tidur karena semakin banyaknya pedagang kaki berjualan dan melakukan transaksi penjualan yang berlangsung selama hampir 24 jam, hal ini mengakibatkan semakin padatnya pasar dan menimbulkan kemacetan arus lalu lintas (Sulistyanto,2002).

Perkembangan pasar dengan para pedagang kaki lima yang semakin tidak tertib menyebabkan kemacetan arus lalu lintas di sepanjang jalan raya Ragunan dan jalan raya Pasar Minggu menimbulkan reaksi dari masyarakat pengguna jalan, keadaan inipun tidak lepas dari perhatian media massa pada saat itu. Melihat hal ini maka Pemerintah DKI Jakarta segera mengambil langkah dengan membangun Pasar Inpres dan Pasar PD Pasar Jaya serta penataan terminal angkutan kota sebagai salah satu upaya dalam penyediaan sarana pelayanan masyarakat kota. Pada tahun 1987 telah dibangun pasar Inpres dan PD Pasar Jaya yang diharapkan akan dapat menampung para pedagang kaki lima yang berjualan di pinggir jalan. Tetapi pasar yang baru dibangun tersebut hanya mampu menampung 300 pedagang, sehingga sisa pedagang yang tidak mendapat tempat oleh Kabag Perekonomian saat itu Bapak Burhanuddin Pangku (Pos Kota September 1985) di tampung di atas kali Baru yang dapat menampung 400 pedagang. Sisa pedagang yang lainnya akhirnya tetap berjualan di tempat mereka semula yaitu di pinggir jalan di depan pertokoan. Para pedagang kaki lima yang tidak tertampung di kios pasar menempati lokasi-lokasi yang tidak resmi/tidak diperbolehkan, seperti di sekitar tempat parkir gedung PD Pasar Jaya, di pinggir jalan raya Pasar Minggu dan jalan-jalan dalam kompleks pasar, di terminal angkutan kota Pasar Minggu, di tanah kosong dekat stasiun kereta api Pasar Minggu, dan di kanan-kiri jalan raya Ragunan (Sulistyanto,2002).

2.3 Gambaran Lokasi Pedagang Kaki Lima di Pasar Minggu

Kecamatan Pasar Minggu yang termasuk dalam wilayah Kotamadya Jakarta Selatan mempunyai sebuah pasar yang terletak di RW.01, Kelurahan Pasar Minggu. Pasar tersebut berada di sudut perempatan Jalan Raya Pasar Minggu dan Jalan Raya Ragunan, terdapat 2 macam pasar yang dikelola oleh PD Pasar Jaya.

Di samping kedua pasar resmi tersebut terdapat pasar yang tidak resmi, yaitu pasar yang terbentuk oleh adanya para pedagang kaki lima yang berjualan di luar bangunan pasar yang telah disediakan.

Saat ini jumlah pedagang kaki lima (PKL) di Pasar Minggu terbagi tiga waktu operasional, yaitu :

a. Pedagang Pagi (Pk. 07.00 s.d. 17.00 WIB)

Terdiri dari pedagang kaki lima dengan jenis dagangan sayur mayur, buah-buahan, lauk pauk, rempah-rempah, makanan/minuman, langsung/sembako, dan pakaian., dll.

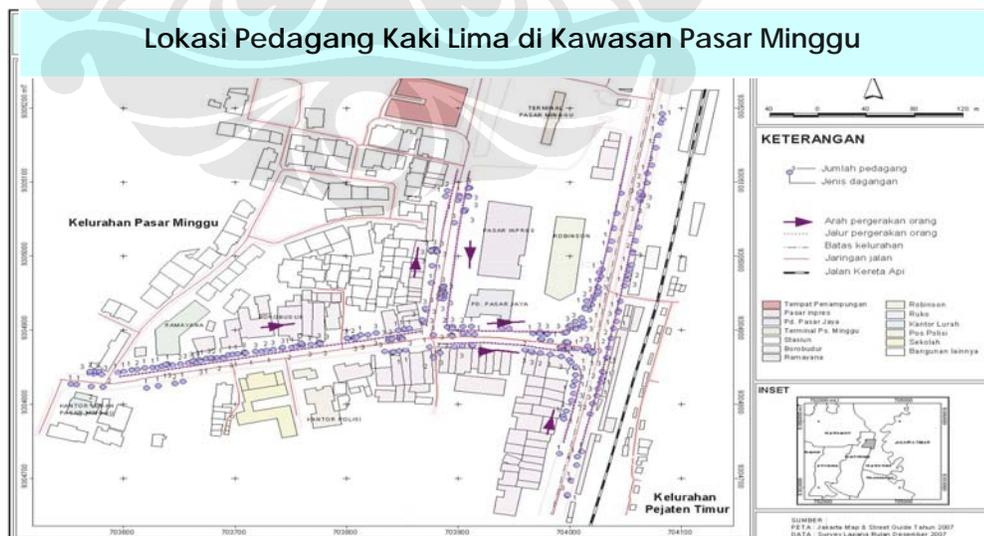
b. Pedagang Sore (Pk. 17.00 s.d. 22.00 WIB)

Terdiri dari pedagang kaki lima dengan jenis dagangan buah-buahan, sayur-mayur, makanan/minuman, langsung/sembako, dan pakaian, dll.

c. Pedagang Malam (Pk. 22.00 s.d. 07.00 WIB)

Terdiri dari pedagang kaki lima dengan jenis dagangan sayur mayur dan buah-buahan.

Jumlah keseluruhan pedagang kaki lima di kawasan Pasar Minggu mencapai sekitar 2.343 pedagang (sumber : Sudin Koperasi dan UKM Jakarta Selatan).



Gambar 2.2. Peta Lokasi PKL di Kawasan Pasar Minggu Jakarta Selatan.
Sumber : Pengolahan Data 200

Para pedagang kaki lima yang membentuk pasar tidak resmi tersebut menempati lokasi di luar areal pasar yang seharusnya dilarang digunakan untuk berjualan berdasarkan Perda Pemda DKI Jakarta No. 8 Tahun 2007 tentang Ketertiban Umum di Wilayah DKI Jakarta. Lokasi-lokasi tersebut adalah sebagai berikut :

- a. sepanjang pinggir jalan raya Ragunan mulai dari depan Ramayana Departemen Store sampai perempatan *traffic light*, mereka berjualan mulai dari atas trotoar sampai di badan jalan raya sebanyak satu jalur, akibatnya mengganggu kelancaran lalu lintas.
- b. Sepanjang jalan keluar masuk terminal dari jalan Ragunan, mereka berjualan mulai dari depan halaman pertokoan, di atas saluran air yang telah ditutup dengan papan, di atas trotoar dan di badan jalan sebanyak satu jalur, di atas trotoar pemisah jalan keluar masuk kendaraan ke dalam terminal, sehingga sepanjang jalan keluar masuk tersebut menjadi padat dan menghambat arus kendaraan yang masuk dan keluar terminal.
- c. Di satu jalur badan jalan sepanjang pinggir jalan Raya Pasar Minggu mulai dari lampu pengatur lalu lintas (*traffic light*), depan pertokoan Robinson sampai di bawah jembatan penyebrangan.
- d. Di atas trotoar Taman stasiun Kereta Api Pasar Minggu.

2.4 Penataan Pedagang Kaki Lima di Pasar Minggu

Salah satu bentuk penataan PKL di Kawasan Pasar Minggu adalah penyediaan Tempat Penampungan Pedagang Kaki Lima Pasar Minggu yang terletak di Jl. Terminal Baru RT. 03/01 Kel. Pasar Minggu Jakarta Selatan seluas 8.498 m². Pengadaan Tempat Penampungan PKL Pasar Minggu didasarkan pada SK Gubernur Provinsi DKI Jakarta Nomor 111 Tahun 2004 tentang Penataan Lokasi dan Usaha Pedagang Kaki Lima di Provinsi DKI Jakarta, SK. Walikotamadya Jakarta Selatan Nomor 730/2002 tentang Pembentukan Tim Penataan Pedagang Kaki Lima Pasar Minggu, dan Surat Tugas Walikotamadya Jakarta Selatan Nomor 526/1.824.42 Tahun 2005 tentang Penataan dan

Pembinaan Pedagang Kaki Lima di Tempat Penampungan Pedagang Kaki Lima Pasar Minggu dan sekitarnya.

Beberapa alasan dibangunnya Tempat Penampungan PKL Pasar Minggu diantaranya adalah : *Pertama*, perlunya penampungan terhadap aktivitas usaha PKL yang selama ini menempati wilayah-wilayah terlarang untuk usaha seperti di pinggir jalan, trotoar, dan perempatan. *Kedua*, selama ini wilayah Pasar Minggu dianggap sebagai daerah macet dan rawan kaki lima karena hampir di semua jalan baik di Jl. Raya Pasar Minggu, Jl. Raya Ragunan, maupun Jl. Raya Lenteng Agung merupakan titik-titik lokasi PKL sehingga diperlukan penertiban-penertiban (Sudin UKM Jakarta Selatan, 2005).

Dengan alasan tersebut di atas dan dalam rangka penataan dan pembinaan pedagang kaki lima, Pemerintah Provinsi DKI Jakarta membebaskan lahan seluas 8.498 m² yang terletak persisi di belakang terminal angkutan kota Pasar Minggu dengan nilai investasi sekitar Rp. 13.000.000.000 untuk membangun Tempat Penampungan PKL Pasar Minggu dengan tujuan sebagai berikut : (Sudin UKM Jakarta Selatan, 2005).

1. Tertatanya Pedagang Kaki Lima di kawasan Pasar Minggu dalam satu lokasi yang tertib, layak, dan memadai baik ditinjau dari segi kebersihan, keindahan, keamanan, dan kenyamanan.
2. Memberikan kesempatan terhadap PKL Pasar Minggu agar mampu menjadi pedagang yang sehat, tangguh, dan mandiri serta menjadi pedagang yang formal
3. meningkatnya omset dan pendapatan PKL Pasar Minggu
4. Meningkatnya Pendapatan Asli Daerah (PAD) melalui pembayaran retribusi oleh PKL
5. Bebasnya jalan Raya Pasar Minggu dan jalan Raya Ragunan dari PKL

Tempat Penampungan PKL Pasar Minggu dibangun pada bulan Januari 2005 dan penataan serta penempatan pedagang di lokasi tersebut dilaksanakan mulai tanggal 20 Agustus 2005 yang didahului dengan sosialisasi 3 (tiga) bulan sebelumnya melalui Koordinator pedagang, mass media, selebaran, dan spanduk.

Tempat Penampungan PKL Pasar Minggu dibangun dengan bentuk bangunan berupa hanggar yang terdiri dari tiga blok dapat menampung sekitar kurang lebih 600 pedagang kaki lima dengan jenis jualan meliputi langsung, sembako, pakaian, ikan, ayam, daging, rempah-rempah, sayur mayur, lauk pauk, dan buah-buahan. Sementara waktu operasionalnya disesuaikan dengan aktivitas yang selama ini berlangsung di kawasan Pasar Minggu yaitu terbagi dalam tiga waktu berdagang yaitu pagi s.d. sore, sore s.d. malam, dan malam s.d. pagi.

Fasilitas-fasilitas Tempat Penampungan Pedagang Kaki Lima Pasar Minggu terdiri dari :

- a. Tempat berdagang terdiri dari 3 (tiga) blok, yaitu :
 - Blok A menampung 164 pedagang dengan ukuran los 2 X 2 m²
 - Blok B menampung 364 pedagang dengan ukuran los 1,5 X 2 m²
 - Blok C sementara dimanfaatkan untuk penyimpanan gerobak
 - Los terbuka di halaman Blok A yang dapat menampung sekitar 166 pedagang
- b. Akses jalan angkutan umum melalui depan lokasi penampungan
- c. Kantor pengelola, Musholla, dan MCK
- d. Parkir

Sementara untuk kewenangan pengelolaannya, Ketua Tim Pengelola adalah Suku Dinas Koperasi dan UKM Kodya Jakarta Selatan (sesuai dengan SK. Gubernur No. 111 Tahun 2004), dan sebagai Anggota Tim Pengelola diambil dari unsur potensi masyarakat dan koordinator pedagang yang diajukan oleh Camat Pasar Minggu selaku Ketua Muspika Pasar Minggu berdasarkan hasil Muspika Pasar Minggu dengan Suku Dinas Koperasi dan UKM Kotamadya Jakarta Selatan.

3. TINJAUAN PUSTAKA

3.1. Kota, Urbanisasi, dan Sektor Informal

Kota merupakan hasil karya cipta peradaban. Kota tidak hanya terdiri dari struktur fisik berupa rumah, gedung, serta infrastruktur kota seperti jaringan jalan, kanal, dan taman, melainkan juga manusia yang menghuninya dan menciptakan struktur fisik tersebut.

Sjoberg (1960) menyatakan bahwa pembentukan kota diawali dengan gejala munculnya kelompok-kelompok penghuninya yang memiliki pendidikan dan spesialisasi tertentu yang bersifat non agraris dan menempati posisi yang terpenting di masyarakat. Kemunculan kelompok atau golongan literati yaitu golongan intelegensia kuno (pujangga, sastrawan, dan ahli keagamaan) tersebut telah membawa hal baru berupa pembagian kerja sebagai ciri khusus kota.

Sementara Mumford (1961), memandang bahwa kota adalah suatu tempat pertemuan yang bersifat dinamis, terbuka, dan berorientasi keluar. Di awal pembentukannya, kota berperilaku layaknya magnet yang mempunyai daya tarik bagi penghuni di luar kota untuk mengadakan kontak dan mendorong terjadinya kegiatan ruhaniah dan perdagangan. Perbedaan dinamika inilah yang sangat membedakan antara kota dengan desa, di mana desa adalah suatu bentuk permukiman yang lebih kaku dan lebih berorientasi ke dalam dan cenderung memusuhi orang di luar desa. Tidak hanya diartikan sebagai permukiman, kota juga berfungsi sebagai penyedia jasa-jasa bagi daerah-daerah di lingkungan sekelilingnya yang berimplikasi pada terbentuknya aspek-aspek sentralitas dan hirarki.

Weber (1985) memandang suatu tempat itu kota, jika penghuninya sebagian besar telah mampu memenuhi kebutuhannya lewat pasar setempat. Adapun barang-barangnya dibuat setempat pula ditambah yang dari pedesaan. Ini dasar sifat kosmopolitan kota yang menjadi hakikat kota. Sehubungan dengan itu ciri khas kota adalah pasarnya dan kota merupakan sarana untuk perubahan sosial

dengan adanya berbagai struktur sosial yang menimbulkan bermacam-macam gaya hidup yang mendorong pembentukan kepribadian dan perubahan.

Menurut Freeman dalam Koestoer (2001), kota mempunyai 4 (empat) kecirian yang meliputi : penyedia fasilitas untuk seluruh warga; penyedia jasa (tenaga); penyedia jasa profesional (bank, kesehatan, dan lain-lain); serta memiliki pabrik (industri). Aktivitas ekonomi perdagangan, jasa, dan industri terkonsentrasi di daerah urban, dan hal tersebut membuat kota menarik sebagai tempat kegiatan penduduk lokal dan pendatang.

Kota berubah dengan cepat karena pembangunan dan pertumbuhan ekonomi kota yang cepat sehingga menimbulkan kesenjangan antara perkotaan dengan pedesaan. Kota menjadi sebuah magnet yang dapat menarik penduduk pedesaan melakukan migrasi ke kota-kota besar, baik untuk menetap maupun hanya secara sirkuler. Ketimpangan upah, daya tarik kota, dan tekanan di desa itu sendiri menyebabkan kehidupan di kota menjadi pilihan utama bagi mereka yang ingin menyelamatkan diri dari tekanan kemiskinan di desa. Urbanisasi mulai menjadi salah satu indikator dalam perkembangan suatu kota.

Charles Whyne-Hammond (1979) dalam Koestoer (2001), menyebutkan delapan faktor pendorong urbanisasi : (1) kemajuan di bidang pertanian; (2) industrialisasi; (3) potensi pasar; (4) peningkatan kegiatan pelayanan; (5) kemajuan transportasi; (6) tarikan sosial dan kultural; (7) kemajuan pendidikan; dan (8) pertumbuhan penduduk alami

Latarbelakang seperti itulah yang melahirkan fenomena sektor informal di perkotaan di negara-negara berkembang, termasuk Indonesia. Mereka yang tidak tertampung di sektor-sektor formal akhirnya menciptakan pekerjaan sendiri dalam bentuk kegiatan sektor informal.

Kegiatan sektor informal yang menonjol biasanya terjadi di kawasan yang sangat padat penduduknya, di mana pengangguran maupun pengangguran terselubung merupakan masalah yang utama. Membengkaknya sektor informal di kota-kota besar secara lebih gamblang dapat disebut sebagai akibat dari derasnya arus urbanisasi penduduk dari desa ke kota-kota besar (Manning, 1996).

Konsep sektor informal sendiri pertama-tama dilontarkan oleh Keirt Hart pada tahun 1971 dengan menggambarkan sektor informal sebagai bagian dari angkatan kerja di kota yang berada di luar pasar tenaga kerja yang terorganisir (Manning, 1996).

Konsep sektor informal yang dilontarkan Keirt Hart selanjutnya diadopsi oleh ILO melalui penelitian ketenagakerjaan di tiga negara : Colombia, Sri Lanka, dan Kenya. Pada laporan tentang temuannya di Kenya yang diterbitkan pada tahun 1972 , konsep sektor informal pertama kali diperkenalkan ke dunia internasional. Dalam penelitiannya, ILO menemukan adanya kegiatan-kegiatan ekonomi yang selama ini lolos dari pencacahan, pengaturan dan perlindungan oleh pemerintah, kompetitif dan padat karya, memakai input dan teknologi lokal, serta beroperasi atas dasar kepemilikan sendiri oleh masyarakat lokal. Kegiatan-kegiatan inilah yang kemudian dinobatkan sebagai sektor informal (Chandrakirana & Sadoko, 1994).

Menurut Todaro dalam Manning (1996), sektor informal merupakan aneka bidang kegiatan produksi barang dan berskala kecil, di mana unit-unit produksi dimiliki secara perorangan atau keluarga. Para pekerja yang menciptakan sendiri lapangan kerja di sektor informal biasanya tidak banyak memiliki pendidikan formal, umumnya tidak memiliki pendidikan formal, umumnya tidak mempunyai ketrampilan khusus dan sangat kekurangan modal.

Masih menurut Todaro, ciri-ciri sektor informal dan persoalannya dalam tata ruang kota memiliki gambaran sebagai berikut :

1. Usahanya kecil-kecil, modal kecil, teknologi sederhana, umumnya merupakan swasaha, membutuhkan lokasi yang strategis dan dekat dengan konsumen, sebagian besar terdiri dari kegiatan yang dapat digolongkan dalam perdagangan dan jasa, sulit mempunyai akses terhadap berbagai bantuan usaha yang formal, usaha mudah berganti-ganti, sebagian besar sangat *mobile* dan merupakan bagian dari strategi bertahan hidup di kalangan masyarakat berpendapatan rendah yang merupakan bagian dari kehidupan marginal.
2. Suka berkonsentrasi di pusat-pusat keramaian, sepanjang jalan-jalan yang ramai atau di tempat yang banyak dilalui orang dan kebanyakan terdiri atas

usaha dagangan kecil-kecilan, seperti pedagang kaki lima, asongan, dan lain-lain.

Salah satu bentuk perdagangan sektor informal yang penting adalah Pedagang Kaki Lima (PKL). Bahkan karena begitu penting dan khas dalam sektor informal, istilah informal sering diidentikkan dengan jenis pekerjaan yang dilakukan oleh Pedagang Kaki Lima dan sejenisnya.

3.2. Pedagang Kaki Lima

Ruang lingkup kegiatan ekonomi informal sangat luas namun berdasarkan jenis pekerjaannya dapat dibagi menjadi lima kelompok, yaitu (1) perdagangan, (2) manufaktur, (3) konstruksi, (4) transportasi, (5) jasa/pelayanan. Sementara berdasarkan status mobilitas usahanya, maka pedagang informal terbagi menjadi tiga jenis, yaitu : Pertama, adalah pedagang informal permanen yang sebagian besar mendirikan koloni yang dalam banyak kasus menguasai trotoar atau ruang publik lainnya hampir selama 24 jam; Kedua, adalah semi permanen atau pedagang informal temporer, yang juga menempati trotoar atau ruang publik selama jam kerja. Kedua jenis pedagang tersebut di Indonesia dikenal dengan sebutan PKL (Pedagang Kaki Lima). Jenis ketiga adalah pedagang informal bergerak, yang tidak memiliki tempat khusus untuk usahanya, tetapi bergerak keliling untuk mencari konsumen (URDI, 2004).

Istilah "kaki lima" muncul pada masa penjajahan Inggris, dimana pada waktu itu Thomas Stamford Raffles (1811-1816) mengeluarkan peraturan lalu lintas yang menyatakan bahwa : "Di sebelah kiri dan kanan dari tepi jalan yang ditetapkan sebagai sarana bagi pejalan kaki selebar lima *feet* (lima kaki)". (Sarjono, 2005)

Hal ini juga selaras dengan yang dijelaskan Chandrakirana dan Sandoko (1994) bahwa istilah pedagang kaki lima merupakan peninggalan zaman penjajahan Inggris. Istilah ini diambil dari ukuran trotoar yang pada saat itu dihitung dalam sebutan *feet* (kaki). Satu kaki kira-kira sama dengan 31 cm lebih sedikit. Dan lebar trotoar yang biasanya digunakan oleh para pedagang waktu itu kira-kira 5 kaki (1,5 meter) sehingga para pedagang yang berdagang di pinggir

jalan ini disebut dengan pedagang kaki lima. Akhirnya istilah ini kemudian menjadi sebutan bagi setiap pedagang yang menjajakan barang-barang dagangannya di pinggir jalan, meskipun dari segi ukuran, luasnya lebih besar melebihi 5 feet.

Istilah pedagang kaki lima (PKL) menurut Sidharta seperti yang dikutip Indrawati (2004), erat kaitannya dengan istilah di Perancis tentang pedestrian untuk pejalan kaki di sepanjang jalan raya, yaitu trotoir. Di sepanjang jalan raya untuk pejalan kaki selebar 5 kaki. Pada perkembangan berikutnya para pedagang informal ini akan menempati trotoar tersebut sehingga disebut dengan istilah pedagang kaki lima.

Menurut De Soto (1991), awal mula munculnya pedagang kaki lima (PKL), berawal dari pedagang jalanan yang menjajakan dagangannya dengan cara berkeliling mencari pelanggan dan pembeli, sebab mereka tidak mempunyai lokasi tertentu dan beroperasi dalam skala yang kecil. Seiring berjalannya waktu, pedagang jalanan mulai mengganti tangan atau kotak-kotak yang mereka gunakan untuk membawa barang dagangannya dengan gerobak dorong agar lebih mudah bergerak dan sekaligus dapat menyimpan dagangan.

Sementara Sarjono (2005) mengemukakan bahwa pedagang kaki lima dibedakan dari golongan lainnya berdasarkan karakter tempat berjualan. Pembedaan ini dilakukan oleh pemerintah melalui peraturan-peraturan tentang perdagangan di pasar. Pembedaan inipun dilakukan pula oleh para peneliti untuk menunjukkan unit-unit usaha perdagangan informal yang menggunakan lahan umum dan bersifat tidak permanen.

Sementara definisi pedagang kaki lima yang dirumuskan Pemda DKI Jakarta didasarkan atas faktor lokasi, para pedagang kaki lima dibedakan dari pedagang lain bukan atas dasar kekuatan modal, cara kerja ataupun status legalitas mereka melainkan berdasarkan jenis peruntukkan dan status pemilikan lokasi usaha mereka. Definisi Pedagang Kaki Lima seperti yang tertuang dalam dalam Keputusan Gubernur Propinsi DKI Jakarta Nomor 111 Tahun 2004 tentang Penataan Lokasi dan Usaha Pedagang Kaki Lima di Propinsi DKI Jakarta, disebutkan dalam pasal 1 butir 7 bahwa :

”Pedagang Kaki Lima yang selanjutnya disingkat PKL adalah setiap orang yang melakukan kegiatan usaha jasa perdagangan dengan menempati prasarana kota, fasilitas sosial dan fasilitas umum milik Pemerintah Daerah, tanah/lahan milik perorangan/badan yang ditetapkan oleh Pemerintah Daerah sebagai lokasi usaha pedagang kaki lima”.

Adapun beberapa karakteristik kegiatan Pedagang Kaki Lima dapat digambarkan sebagai berikut (Pangarso, 1987) :

1. Karakteristik Pedagang Kaki Lima Berdasarkan Cara Melakukan Kegiatan; dapat dikelompokkan menjadi tiga macam, yaitu:
 - a. Pedagang Kaki Lima Menetap ; merupakan pola kegiatan pedagang kaki lima yang dalam tata cara pelaksanaan kegiatannya dilakukan dengan menetap pada suatu lokasi yang tertentu/tetap.
 - b. Pedagang Kaki Lima Berpindah ; merupakan bentuk kegiatan perdagangan kaki lima yang dalam tata cara pelaksanaan kegiatannya hanya menetap pada suatu waktu tertentu saja selama menurut mereka lokasi tersebut tetap menguntungkan. Dan mereka akan mencari tempat lain bila lokasi tersebut mulai dirasa sepi dari pembeli/pengunjung.
 - c. Pedagang Kaki Lima Berkeliling ; merupakan pola kegiatan pedagang kaki lima yang dalam tata cara pelaksanaan kegiatannya dilakukan dengan cara berkeliling atau selalu berpindah-pindah dari satu lokasi ke lokasi lainnya. Pedagang kaki lima ini dalam melakukan kegiatannya selalu berusaha mendatangi konsumen/pembeli untuk menawarkan barang dan atau jasa yang diperdagangkan.
2. Karakteristik Pedagang Kaki Lima Berdasarkan Sarana Jual Yang Dipergunakan; dapat dibagi menjadi lima tipe dasar (Waworoentoe,1973, dalam Wulandari, 2005), yaitu :
 - a. Hampanan Lantai ; mempergunakan alat jual seperti tikar, kain, plastik, meja dalam bentuk sederhana, bakul, atau yang sejenis sebagai alas untuk menjajakan barang dagangannya.
 - b. Pikulan ; mempergunakan sebuah atau duah buah keranjang dengan cara dipikul.

- c. Meja/Jongko ; mempergunakan meja/jongko sebagai sarana penjualan barang yang diperdagangkan. Pada kelompok yang mempergunakan meja ada yang diberi pelengkap atap dan ada yang tidak beratap.
- d. Kereta Dorong ; mempergunakan sebuah kereta dorong sebagai sarana perdagangannya. Alat inipun ada yang dilengkapi dengan atap, ada yang tidak beratap, dan ada yang diberi tenda.
- e. Kios ; mempergunakan kios sebagai sarana penjualannya. Bentuk kios ini dapat dikatakan mempunyai tingkatan yang lebih maju dibandingkan dengan bentuk sarana jual yang lain. Kios yang dipergunakan ada yang berupa kios permanen ataupun kios semi permanen.

Menurut Kartini Kartono dkk. seperti yang dikutip Madalina (2004), karakteristik kegiatan pedagang kaki lima adalah sebagai berikut :

1. pada umumnya para PKL berkecimpung dalam usaha yang disebut sektor informal
2. perkataan ”kaki lima” memberikan pengertian bahwa pada umumnya mereka menjual barang dagangannya pada gelaran tikar di pinggir atau di muka pertokoan yang dianggap strategis;
3. PKL pada umumnya memperdagangkan bahan makanan, minuman, dan barang konsumsi lainnya yang dijual secara eceran;
4. para PKL umumnya bermodal kecil, bahkan ada yang hanya merupakan alat bagi pemilik modal dengan mendapatkan komisi;
5. pada umumnya kuantitas barang yang diperdagangkan oleh para PKL itu relatif rendah;
6. kualitas barang-barang dagangan para PKL itu tidak seberapa;
7. kasus dimana PKL berhasil secara ekonomis sehingga akhirnya dapat menaiki tangga dalam jenjang pedagang yang sukses agak langka;
8. pada umumnya usaha PKL merupakan usaha yang melibatkan struktur anggota keluarga;
9. tawar menawar antara pedagang dengan pembeli merupakan ciri khas dalam usaha PKL;

10. ada PKL yang melaksanakan pekerjaan secara musiman sering terlihat jenis dagangannya juga berganti-ganti;
11. mengingat faktor kepentingan, maka pertentangan antara kelompok PKL itu merupakan kelompok yang sulit bersatu dalam bidang ekonomi walaupun perasaan setia kawan sangat kuat di antara mereka.

Firdausy (1995) menyebutkan bahwa pedagang kaki lima merupakan kegiatan usaha ekonomi berskala kecil dengan ciri-ciri sebagai berikut :

1. bermodal relatif kecil, mudah dimasuki tanpa syarat-syarat khusus
2. kegiatan usaha dikelola oleh satu orang dan atau usaha keluarga dengan pola manajemen yang relatif tradisional
3. jenis komoditi yang diperdagangkan cenderung komoditi yang cepat terjual, tidak tahan lama, dan kebanyakan adalah jenis makanan dan minuman (*convenient goods*)
4. kebanyakan dilakukan oleh kaum migran; tingkat pendidikan rendah (SD ke bawah dan atau tidak sekolah)
5. jam kerja cenderung tidak menentu (tergantung jenis kegiatan usaha)
6. kegiatan perdagangannya dilakukan secara tawar menawar
7. luas tempat usaha yang digunakan pada umumnya seadanya atau tidak membutuhkan tempat yang luas.
8. lokasi berdagangnya biasanya menempati tempat-tempat umum seperti jalan, trotoar, dan taman

Dari pengertian-pengertian dan karakteristik-karakteristik tersebut di atas, maka mereka yang tergolong dalam kategori PKL akan sangat banyak. Mereka tumbuh tanpa terencana dan memiliki keragaman dalam bentuk maupun jasa pelayanannya. Secara spasial, aktivitas kegiatan mereka ada yang menetap pada suatu tempat tertentu dan ada yang berpindah-pindah, dan ada yang praktek pada hari-hari tertentu dan jam-jam tertentu saja. Pada intinya PKL akan terus berusaha untuk dapat bertahan di wilayah perkotaan dan dapat memperoleh keberhasilan.

Pada penelitian ini, pengertian Pedagang Kaki Lima lebih mengacu pada SK Gubernur No. 111 Tahun 2004 yaitu setiap orang yang melakukan kegiatan usaha jasa perdagangan dengan menempati prasarana kota, fasilitas sosial dan

fasilitas umum milik Pemerintah Daerah, tanah/lahan milik perorangan/badan yang ditetapkan oleh Pemerintah Daerah sebagai lokasi usaha pedagang kaki lima”.

Berdasarkan teori-teori di atas, karakteristik kegiatan pedagang kaki lima pada dasarnya dapat dibagi berdasarkan tiga aspek, yaitu :

1. Aspek Ekonomi

- merupakan kegiatan usaha ekonomi berskala kecil dengan modal relatif kecil
- mudah dimasuki setiap orang tanpa syarat ketrampilan atau keahlian
- memiliki jiwa kewirausahaan yang kuat
- konsumen lokal dan berpendapatan menengah ke bawah
- teknologi sederhana/tanpa teknologi
- jaringan usaha terbatas, akses perbankan sulit
- barang yang diperdagangkan pada umumnya *convenient goods*, dengan harga murah dan kualitas terbatas.
- adanya tawar menawar

2. Aspek Sosial-Budaya

- Pada umumnya dilakukan oleh kaum migran
- Tingkat pendidikan rendah
- Jumlah anggota keluarga besar
- Jam kerja relatif lama
- Bertempat tinggal di daerah kumuh kota

3. Aspek Spatial-Lingkungan

- Lokasi berdagang di tempat-tempat umum yang ramai
- Memiliki sifat *mobile* yang tinggi
- Alat/sarana fisik yang digunakan pada umumnya bersifat yang mudah dipindahkan
- Pada umumnya tidak memerlukan tempat usaha yang berukuran luas
- Kurang memperhatikan kebersihan lingkungan

3.3. Preferensi

3.3.1. Hukum Preferensi

Preferensi adalah keinginan atau pilihan yang dinyatakan oleh seseorang mengenai sesuatu, dengan harapan dapat memperoleh yang lebih baik dari sebelumnya. Masing-masing orang mempunyai preferensi yang berbeda-beda. Keanggotaan seseorang dalam suatu kelompok sosial akan berimplikasi terhadap adanya preferensi kelompok/bersama.

Nilai suatu benda untuk memenuhi kebutuhan manusia menunjukkan adanya kesukaan (*preferences*) dari berbagai jenis barang dan jasa yang ada, dan kesukaan tersebut dapat diperbandingkan. Gambaran sederhana dari teori preferensi individual atas alternatif barang-barang konsumsi diberikan oleh Hirshleifer (1992:56), yang didasarkan pada dua aksioma :

1. Aksioma perbandingan; Setiap individu dapat membandingkan perbedaan antara dua barang yang berbeda A dan B. Hasil perbandingan tersebut akan mengarah pada salah satu diantara ketiga hal berikut :
 - a. Barang A lebih disukai daripada barang B
 - b. Barang B lebih disukai daripada barang A
 - c. Barang A dan B dianggap sama saja
2. Aksioma transitivitas; Apabila ada tiga barang A, B, dan C, maka jika barang A lebih disukai daripada barang B dan barang B lebih disukai daripada barang C, maka tentunya barang A lebih disukai daripada barang C. Sama halnya jika seseorang menganggap sama antara barang A dan B, dan juga antara barang B dan C, maka antara barang A dan C dan juga harus dianggap sama.

Sebagai teori, kedua aksioma tersebut di atas dalam keadaan senyatanya sangat mungkin untuk terjadi penyimpangan. Kedua aksioma tersebut di atas jika digabungkan akan membentuk proporsi pengurutan preferensi, yaitu seluruh barang yang ada secara konsisten dapat diurutkan menurut urutan preferensi seseorang, pengurutan ini disebut fungsi preferensi.

3.3.2. Preferensi Pedagang Kaki Lima

3.3.2.1. Lokasi dan Tempat Usaha

Dikatakan oleh Alisjahbana, 2006, bahwa perkembangan kegiatan perdagangan kaki lima membutuhkan ruang yang sesuai dengan karakteristiknya yaitu bersifat sementara (temporer) dan dengan nilai lahan (*land value*) yang sangat rendah. Lokasi mereka cenderung tidak permanen dan tersebar hampir di setiap ruang-ruang terbuka kota yang banyak dilalui oleh kendaraan dan pada jalan sirkulasi orang banyak dengan pola dasar pemilihan lokasi para PKL adalah “menjemput bola” Para pedagang kaki lima akan terus mencari lokasi yang mendekatkan dirinya dengan calon pembeli.

Sementara berdasarkan hasil studi Joedo (1997) dalam Wulandari (2005), penentuan lokasi yang diminati oleh sektor informal atau pedagang kaki lima adalah sebagai berikut:

- Terdapat sirkulasi orang yang melakukan kegiatan bersama-sama pada waktu yang relatif sama sepanjang hari
- Berada pada kawasan tertentu yang merupakan pusat-pusat kegiatan perekonomian kota dan pusat non ekonomi perkotaan, tetapi sering dikunjungi dalam jumlah besar
- Mempunyai kemudahan untuk terjadi hubungan antara pedagang kaki lima dengan calon pembeli, walaupun dilakukan dalam waktu relatif sempit
- Tidak memerlukan ketersediaan fasilitas dan utilitas pelayanan umum.

Dan jika diamati lebih jauh, ternyata pedagang kaki lima itu juga selalu memanfaatkan lokasi yang nampaknya kosong dengan tidak memandang kegunaan dan peruntukkan lokasi tersebut. Misalnya trotoar yang sebenarnya diperuntukkan bagi pejalan kaki dimanfaatkan untuk menggelar dagangan, berdasarkan pemikiran bahwa orang-orang yang lalu lalang di sekitarnya itu diharapkan menjadi konsumen. Kadang di depan pasar-pasar resmi yaitu tepi-tepi jalannya untuk berjualan. Hal-hal semacam inilah yang menjadikan pedagang kaki lima nampak dan berkesan semerawaut tidak teratur serta memacetkan lalu lintas jalan di sekitar lokasi (Machsoen, 1989).

Mc. Gee dan Yeung (1977) menyatakan bahwa PKL beraglomerasi pada simpul-simpul pada jalur pejalan yang lebar dan tempat-tempat yang sering dikunjungi orang dalam jumlah besar yang dekat dengan pasar publik, terminal, dan daerah komersil. Hal senada juga dikatakan dalam Penelitian URDI (2004), pedagang kaki lima (PKL) dalam menentukan lokasi berdagang cenderung memilih tempat terjadi titik-titik kemacetan lalu lintas dan tempat konsumen atau pejalan kaki terkonsentrasi (seperti halte bus, pasar, dll). Kegiatan berjualan pedagang kaki lima juga dilakukan di jalanan dan trotoar atau ruang publik.

Berdasarkan pendapat-pendapat di atas, preferensi pedagang kaki lima terhadap lokasi dan tempat usaha cenderung menempati lokasi-lokasi yang ramai dilalui orang dan kendaraan, dekat dengan kawasan perdagangan atau pasar yang ramai, terminal, dan ruang-ruang publik seperti taman dan trotoar, atau lokasi-lokasi dimana pejalan kaki terkonsentrasi.

3.3.2.2. Waktu Berdagang

Menurut Mc. Gee dan Yeung (1977) dari penelitian di kota-kota di Asia Tenggara menunjukkan bahwa pola aktivitas PKL menyesuaikan terhadap irama dan ciri kehidupan masyarakat sehari-hari. Penentuan periode waktu kegiatan PKL didasarkan pula atau sesuai dengan perilaku kegiatan formal. Adapun perilaku kegiatan keduanya cenderung sejalan, walaupun pada saat tertentu kaitan aktivitas keduanya lemah atau tidak ada hubungan langsung antara keduanya.

Berdasarkan pendapat di atas, preferensi pedagang kaki lima terhadap waktu berdagang cenderung mengikuti aktivitas di mana pedagang kaki lima beraktivitas.

3.3.2.3. Jenis Dagangan PKL

Untuk jenis barang yang diperdagangkan oleh pedagang kaki lima, seperti yang dikatakan Firdausy (1995) bahwa jenis barang dagangan yang diperdagangkan kaki lima sangat bervariasi. Secara umum adalah barang-barang kebutuhan pokok sehari-hari terutama makanan, minuman, sayur-mayur dan buah-buahan, kelontong, pakaian jadi, barang bekas atau loak, jasa, dan lainnya.

Dipilihnya jenis-jenis barang dagangan tersebut antara lain dikarenakan barang-barang tersebut mudah atau cepat terjual, berisiko kecil, dan menjanjikan.

Sementara menurut Mc. Gee dan Yeung (1977) jenis dagangan PKL sangat dipengaruhi pula oleh aktivitas yang ada di sekitar kawasan dimana PKL tersebut beraktivitas. Misalnya di kawasan perdagangan maka jenis dagangannya juga beraneka ragam seperti makanan/minuman, kelontong, pakaian, dan lain-lain, sebagai berikut :

- Makanan dan minuman, terdiri dari pedagang kaki lima yang berjualan makanan dan minuman yang telah dimasak dan langsung disajikan di tempat maupun dibawa pulang. Hasil analisis di beberapa kota di Asia Tenggara menunjukkan bahwa penyebaran fisik pedagang kaki lima jenis ini biasanya mengelompok dan homogen dengan kelompok mereka. Lokasi penyebarannya di tempat-tempat strategis seperti perdagangan, perkantoran, tempat rekreasi/hiburan, sekolah, ruang terbuka/taman, persimpangan jalan utama menuju perumahan/diujung jalan tempat keramaian.
- Pakaian/tekstil/mainan anak/kelontong; pola pengelompokan jenis komoditi ini cenderung berbaur aneka ragam dengan komoditas lain. Pola penyebarannya sama dengan pola penyebaran pada makanan dan minuman.
- Buah-buahan; jenis buah yang diperdagangkan berupa buah-buahan segar. Komoditas perdagangan cenderung berubah-ubah sesuai dengan musim buah. Pengelompokan komoditas ini cenderung berbaur dengan jenis komoditas lainnya. Pola penyebarannya berlokasi pada pusat keramaian.
- Rokok/obat-obatan; biasanya pedagang yang menjual rokok juga berjualan makanan ringan, obat, permen. Jenis komoditas ini cenderung menetap. Lokasi sebarannya di pusat-pusat keramaian atau dekat dengan kegiatan-kegiatan sektor formal.
- Barang cetakan; jenis dagangan adalah majalah, koran, dan buku bacaan. Pola pengelompokannya berbaur dengan jenis komoditas lainnya. Pola penyebarannya pada lokasi strategis di pusat-pusat keramaian. Jenis komoditas yang diperdagangkan relatif tetap.

- Jasa perorangan; terdiri dari tukang membuat kunci, reparasi jam, tukang gravier/stempel/cap, tukang pembuat figura. Pola penyebarannya pada lokasi pusat pertokoan dan pola pengelompokkannya membaaur dengan komoditas lainnya.

Berdasarkan pendapat-pendapat di atas, preferensi pedagang kaki lima terhadap jenis dagangan mencakup semua jenis barang baik *convenience goods*, *shopping goods*, maupun *specialty goods*, namun pada umumnya pada *convenience goods* atau barang-barang yang sering atau kadang-kadang dibeli dengan pengorbanan atau usaha minimum di dalam membandingkan atau memilih dan membelinya, seperti makanan/minuman, kebutuhan sehari-hari, buah-buahan dan sayur-mayur.

3.3.2.4. Sarana Fisik Dagangan

Untuk sarana fisik dagangan yang umumnya dipergunakan pedagang kaki lima adalah gerobak dorong, gelaran, pikulan, dan sebagainya. Kecenderungan pemakaian sarana fisik tersebut lebih dikarenakan sifat *mobile* dari pedagang kaki lima. Mereka baru akan menempati tempat yang permanen seperti kios jika dirasakan sudah mapan (Pangarso,1987).

Dari hasil penelitian yang dilakukan Mc. Gee dan Yeung (1977) di kota-kota Asia Tenggara ditemukan bahwa bentuk sarana fisik dagangan PKL umumnya sangat sederhana dan biasanya mudah untuk dipindah-pindah atau mudah untuk dibawa dari satu tempat ke tempat lainnya. Jenis sarana dagangan yang digunakan PKL sesuai dengan jenis dagangan yang dijajakan.

Berdasarkan hasil dari penelitian oleh Waworoentoe(1973) dalam Wulandari (2005), sarana fisik perdagangan pedagang kaki lima dapat dikelompokkan sebagai berikut :

- Pikulan/keranjang, bentuk sarana ini digunakan oleh para pedagang yang keliling (*mobile hawkers*) atau semi menetap. Bentuk sarana fisik dagangan ini dimaksudkan agar barang dagangan mudah untuk dibawa berpindah-pindah tempat.

- Gelaran/alas, pedagang kaki lima menjajakan barang dagangannya di atas kain, tikar, dan lain-lain. Bentuk sarana fisik dagangan ini dikategorikan untuk pedagang kaki lima yang semi menetap.
- Jongko/meja, bentuk sarana fisik dagangan yang menggunakan meja/jongko dan beratap atau tidak beratap. Sarana fisik dagangan ini dikategorikan untuk jenis pedagang kaki lima yang semi menetap.
- Gerobak/kereta dorong, bentuk sarana terdapat dua jenis, yaitu beratap dan tidak beratap. Sarana ini dikategorikan untuk jenis pedagang kaki lima yang menetap dan tidak menetap. Biasanya untuk menjajakan makanan dan minuman, rokok.
- Warung semi menetap, terdiri dari beberap gerobak yang diatur berderet yang dilengkapi dengan meja dan bangku-bangku panjang. Bentuk sarana ini beratap dari bahan terpal atau plastik yang tidak tembus air. Pedagang kaki lima dengan bentuk sarana fisik dagangan ini dikategorikan pedagang kaki lima menetap dan biasanya berjualan makanan dan minuman.
- Kios, pedagang kaki lima yang menggunakan bentuk sarana ini dikategorikan pedagang kaki lima yang menetap karena secara fisik dagangan jenis ini tidak dapat dipindahkan dan biasanya merupakan bangunan semi permanen yang dibuat dari papan.

Berdasarkan pendapat-pendapat di atas, preferensi pedagang kaki lima terhadap sarana fisik dagangan cenderung disesuaikan dengan jenis dagangan dan mudah dipindah-pindahkan.

3.3.2.5. Ukuran Ruang Usaha PKL

Dalam melakukan aktivitasnya, pada umumnya pedagang kaki lima membutuhkan luas tempat usaha seadanya dan tidak membutuhkan tempat yang luas (Firdausy,1995).

Ukuran ruang usaha biasanya disesuaikan dengan sarana fisik dagangan. Standar ukuran ruang kegiatan pedagang kaki lima diperoleh dari jenis dagangan, bentuk sarana berdagang dan ruang gerak pedagang, serta ruang gerak konsumen. Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Wawoeroentoe (1973) dalam Wulandari

(2005) dan standar ruang gerak dari Neufert (1991), diperoleh ukuran-ukuran dari sarana fisik pedagang kaki lima dan ruang geraknya (ruang pedagang dan ruang pembeli), sebagai berikut :

- Pikulan/keranjang, ukurannya 180 x 60 cm; luas ruang usaha 180 x 160 cm = 2.88 m² ≈ 3.00 m²
- Gelaran/lesehan/alas, ukurannya 80 x 60 cm ; luas ruang usaha 80 x 160 cm = 1.23 m² ≈ 1.30 m²
- Meja/jongko, ukurannya 150 x 80 cm ; luas ruang usaha 150 x 180 cm = 2.70 m²
- Gerobak/kereta dorong, ukurannya 150 x 80 cm ; luas ruang usaha 150 x 180 cm = 2.70 m²
- Kios, ukurannya 4 m²; luas ruang usaha > 4 m²

Berdasarkan pendapat-pendapat di atas, preferensi pedagang kaki lima terhadap ukuran ruang usaha cenderung disesuaikan dengan sarana fisik dagangan yang dipergunakan dan pada umumnya tidak terlalu luas atau maksimal 4 meter persegi.

3.3.2.6. Pola Persebaran PKL

Dikatakan oleh Pangarso (1987) bahwa kegiatan perdagangan kaki lima cenderung berkelompok dan terkonsentrasi pada daerah-daerah tertentu, dengan menjual barang dagangan yang sama atau sejenis. Pola perilaku pengelompokan ini dikarenakan adanya faktor-faktor lokasi yang dapat memberikan harapan keuntungan yang lebih besar daripada daerah lain.

Menurut Mc. Gee dan Yeung (1977) dalam Wulandari (2005), pola penyebaran pedagang kaki lima dipengaruhi oleh aglomerasi dan aksesibilitas :

- Aglomerasi

Pedagang kaki lima dalam beraktivitas akan selalu memanfaatkan aktivitas-aktivitas di sektor formal dan biasanya pusat-pusat perbelanjaan menjadi salah satu daya tarik lokasi sektor informal untuk menarik konsumennya. Para pedagang kaki lima akan berkelompok (aglomerasi) untuk menarik konsumen. Bagi konsumen sendiri, pengelompokan para pedagang kaki lima ini

merupakan salah satu daya tarik bagi mereka karena mereka dapat bebas memilih barang atau jasa yang mereka inginkan.

Dalam pengelompokan (aglomerasi) ini, pedagang kaki lima cenderung melakukan kerjasama dengan pedagang lainnya yang sama jenis dagangannya atau saling mendukung seperti penjual makanan dan minuman.

- **Aksessibilitas**

Dalam beraktivitas, para pedagang kaki lima lebih suka berlokasi di sepanjang pinggir jalan utama dan tempat-tempat yang sering dilalui pejalan kaki, hal ini terkait dengan kemudahan pencapaian konsumen dari berbagai arah sehingga para pedagang kaki lima memiliki kesempatan yang sama dalam memperoleh konsumen.

Sehingga pola penyebaran aktifitas pedagang kaki lima dapat dikategorikan ke dalam dua kategori, yaitu :

1. Pola penyebaran secara mengelompok (*focus agglomeration*)

Pola penyebaran pedagang kaki lima secara mengelompok ini biasa terjadi pada ruang yang berbentuk square, yaitu ruang-ruang yang terpumpun pada suatu aktivitas tertentu dan biasanya bersifat memusat dan berorientasi ke dalam seperti pada ruang-ruang terbuka (alun-alun, lapangan, dan taman-taman kota). Pengelompokan ini terjadi merupakan suatu pemusatan atau pengelompokan pedagang yang memiliki sifat sama / berkaitan. Pengelompokan pedagang yang sejenis dan saling mempunyai kaitan, akan menguntungkan pedagang, karena mempunyai daya tarik besar terhadap calon pembeli.

2. Pola penyebaran memanjang (*linier agglomeration*)

pola penyebaran ini dipengaruhi oleh pola jaringan jalan dan umumnya terjadi pada ruang-ruang dengan bentuk *streets*, yaitu ruang-ruang sirkulasi yang bersifat linier seperti jalan. Pola penyebaran memanjang ini terjadi di sepanjang/pinggiran jalan utama atau jalan penghubung. Pola ini terjadi berdasarkan pertimbangan kemudahan pencapaian, sehingga mempunyai kesempatan besar untuk mendapatkan konsumen.

Berdasarkan pendapat-pendapat di atas, pola persebaran pedagang kaki lima terbagi dalam dua bentuk, yaitu mengelompok (*focus agglomeration*) dan memanjang (*linier agglomeration*).

3.3.2.7. Pola Pelayanan PKL

Pola pelayanan, menurut MC. Gee dan Yeung (1977) adalah cara berlokasi aktivitas PKL dalam memanfaatkan ruang kegiatannya sebagai tempat usaha. Pola pelayanan PKL ini juga erat kaitannya dengan sarana fisik dagangan PKL yang digunakan dan jenis usahanya. Misalnya PKL menetap, jenis dagangannya bukan kebutuhan primer, dan sarana fisik dagangan berupa kios, gerobak beratap, dan meja/jongko. Serta jenis pola pelayanan (tetap, semi menetap, dan tidak menetap) ini juga dipengaruhi waktu, tempat, lokasi berdagang PKL.

Ada tiga pola pelayanan pedagang kaki lima, sebagai berikut :

1. Tidak Menetap/berkeliling

Dalam pola pelayanan tidak menetap/berkeliling ini, pedagang kaki lima dalam melakukan kegiatannya selalu berusaha mendatangi konsumen/pembeli untuk menawarkan barang dan atau jasa yang diperdagangkan dengan cara berkeliling atau selalu berpindah-pindah dari satu lokasi ke lokasi lainnya. Sarana fisik yang umumnya dipergunakan oleh pedagang kaki lima dengan pola ini adalah sarana fisik dagangan yang mudah dibawa atau dipindahkan seperti kereta dorong/gerobak, pikulan atau keranjang.

2. Menetap Semi Permanen

Dalam pola pelayanan menetap semi permanen ini, pedagang kaki lima dalam melakukan aktivitas kaki lima pada periode tertentu menetap pada suatu lokasi kemudian bergerak setelah waktu berjualan selesai (pada sore hari atau malam hari). Adapun sarana fisik dagangan yang umumnya dipergunakan pedagang kaki lima jenis ini adalah sarana fisik berdagang berupa kios beroda, jongko atau roda/kereta beratap.

3. Menetap Permanen

Dalam pola pelayanan menetap permanen ini, pedagang kaki lima dalam melakukan aktivitas kaki limanya menetap pada suatu tempat tertentu dengan sarana fisik dagangan berupa kios, jongko/kereta beratap.

Berdasarkan pendapat-pendapat di atas, ada tiga pola pelayanan pedagang kaki lima, yaitu tidak menetap, menetap semi permanen, dan menetap permanen.

3.4. Konsep Aset

Pengertian aset secara umum adalah barang (*thing*) atau sesuatu barang (*anything*) yang mempunyai nilai ekonomi (*economic value*) atau nilai tukar (*exchange value*) yang dimiliki oleh badan usaha, instansi atau individu atau perorangan (Siregar, 2004:178).

Pengertian aset dalam konsep yang luas adalah segala sesuatu yang bernilai (baik nilai ekonomi, nilai komersial ataupun nilai tukar) dalam bentuk sumberdaya manusia, sumberdaya modal, sumberdaya properti maupun aktiva lainnya serta sekaligus dapat memberikan penghasilan nyata kepada pribadi atau organisasi baik dalam konteks *profit*, *benefit* ataupun *gain*. Sementara pengertian Barang Daerah adalah sebagaimana dimaksud dalam Keputusan Menteri Dalam Negeri dan Otonomi Daerah Nomor 152 Tahun 2004 tentang Pedoman Pengelolaan Barang Daerah yaitu semua aset daerah yang menjadi kekayaan pemerintah daerah, baik yang dimiliki maupun yang dikuasai, yang berwujud, yang bergerak maupun yang tidak bergerak beserta bagian-bagiannya ataupun merupakan satuan tertentu yang dapat dinilai, dihitung, diukur, ataupun ditimbang termasuk hewan dan tumbuh-tumbuhan. Aset Daerah adalah semua Barang Daerah termasuk uang dan surat berharga lainnya, yang menunjukkan seberapa besar kekayaan dan potensi yang dimiliki suatu daerah.

Dari pengertian tersebut di atas, dapat dikatakan bahwa pengertian aset merupakan sesuatu yang memiliki nilai (*valuable thing*), namun ditinjau dari wujudnya aset dapat dibagi menjadi aset yang *tangible* (berwujud) dan *intangible* (tidak berwujud) yang dimiliki oleh seseorang /instansi/ organisasi/ masyarakat.

Pengertian aset sangat beragam, aset dalam konsep yang luas yaitu milik atau hak segala sesuatu yang bernilai dan dimiliki oleh individu atau organisasi, dengan ketentuan sebagai berikut :

- Jika aset itu adalah benda, maka aset tersebut harus dapat dimanfaatkan untuk memfasilitasi aktivitas pribadi dan organisasi untuk mencapai tujuan tertentu;
- Jika aset itu adalah orang, maka aset tersebut dapat dinyatakan sebagai keseluruhan fisik dan kemampuannya, termasuk keseluruhan daya kreasi positif yang bermanfaat baginya maupun orang lain.
- Secara lebih ringkas aset meliputi :
 1. Manusia (kekuatan manusia, kepandaian, dan ketrampilan manusia)
 2. Harta kekayaan atau harta kepemilikan (benda bergerak dan benda tidak bergerak)
 3. Modal (modal yang kita tanamkan ataupun modal yang kita pinjamkan)
 4. Barang-barang.

Melalui prinsip “*highest and best use*”, aset tersebut berpotensi memberikan manfaat atau keuntungan sebesar-besarnya kepada seseorang/ instansi/ organisasi/ masyarakat untuk mencapai tujuan tertentu. Sifat keuntungan yang diperoleh tersebut dapat digolongkan dalam 3 bentuk yang dapat berdiri sendiri atau bergabung bersama, yaitu *benefit*, *gain*, dan *profit*. Oleh karena itu aset perlu dikelola agar efektifitas pemanfaatannya dapat menunjang tercapainya tujuan pemilik aset. Hal ini sejalan dengan yang dikatakan Siregar (2004:519), bahwa optimalisasi aset merupakan proses kerja dalam manajemen aset yang bertujuan untuk mengoptimalkan potensi fisik, lokasi, nilai, jumlah/volume, legal, dan ekonomi yang dimiliki aset tersebut.

Sejalan dengan pemikiran Siregar, dikatakan oleh Prof. Rosdi AB Rahman pada seminar Manajemen Aset di Universitas Teknologi Malaysia tanggal 13 Agustus 2007, bahwa dalam kepemilikan aset khususnya aset fisik, harus diupayakan agar aset yang dimiliki tidak menjadi beban tetapi menjadi lahan yang bermanfaat atau menghasilkan. Aset harus diposisikan secara baik yang didasarkan pada prinsip “*highest and best use*”.

3.5. Penataan Lokasi Pedagang Kaki Lima

Salah satu tujuan yang akan dicapai dalam pengaturan usaha kaki lima ialah menjadikan sektor usaha kaki lima tersebut sebagai suatu usaha yang lebih produktif dalam perekonomian daerah, sehingga dengan demikian para PKL, masyarakat, dan Pemerintah daerah/kota dapat menikmati dan memperoleh manfaat dengan adanya usaha kaki lima tersebut (Rachbini, 1994).

Masalah yang muncul kemudian adalah keterbatasan ruang kota yang sesuai untuk kegiatan PKL. Untuk mengatasi masalah tersebut diperlukan sebuah perencanaan yang komprehensif, kesinambungan, dan responsif, serta inovatif terhadap gejolak dan fenomena yang terjadi di sektor ini.

Dikatakan oleh M. Rosul (2004), bahwa guna mengatasi persoalan PKL, upaya penataan yang dapat dilakukan dapat dibagi dalam 2 bagian yaitu solusi secara vertikal dan horisontal. Secara vertikal menyangkut perbaikan dari segi perijinan, pembinaan, dan pemberian bantuan kepada para PKL. Perijinan bagi aktivitas Pedagang kaki lima dalam melakukan usahanya didasari atas pertimbangan agar memudahkan dalam pengaturan, pengawasan dan pembatasan jumlah; membantu dalam penarikan retribusi. Pemberian surat ijin usaha ini telah diterapkan di negara tetangga seperti Malaysia, Singapura, Philipina. Penataan secara horisontal terkait dengan perbaikan/pemugaran gedung yang rusak, pengaturan (pemanfaatan ruang publik pada waktu tertentu, penutupan jalan pada waktu tertentu, pemanfaatan bagian jalan tertentu/trotoar, multifungsi ruang terbuka, pemanfaatan ruang parkir) dan removal/pemindahan. Removal dimaksudkan untuk memindahkan pedagang kaki lima ke suatu lokasi yang ditentukan berdasarkan penelitian.

Sementara dari hasil penelitian Mc. Gee dan Yeung (1977) dalam Wulandari (2005), penataan lokasi sektor informal khususnya pedagang kaki lima diharapkan menempati lokasi yang sesuai dengan rencana penataannya, dan dapat dikelompokkan menjadi 3 jenis yaitu :

1. Relokasi/pemugaran

Bentuk relokasi ini adalah pemugaran suatu lokasi baik untuk dijadikan suatu bentuk fungsional baru yang berbeda dari semua ataupun

perbaiki kondisi yang telah ada. Kelompok sektor informal yang semula menempatnya dikeluarkan dari tempat tertentu sementara tempat usaha mereka sedang diperbaiki atau dibangun kembali, dan apabila telah selesai maka mereka dapat kembali berusaha di tempat tersebut. Seringkali terjadi kegagalan dalam pelaksanaan kembali para pedagang, pertama karena rancangan bangunan sering tidak sesuai dengan kebutuhan pedagang dengan jenis berbeda-beda. Kemudian naiknya tarif sewa ruang akan mendorong naiknya harga barang dagangan. Dari pengalaman ini menunjukkan bahwa sektor informal dapat menerima relokasi ini sepanjang tidak terganggunya hubungan konsumen.

2. Stabilitasi/pengaturan

Stabilitasi dimaksudkan untuk penataan keberadaan sektor informal pada suatu lokasi. Salah satu dari tindakan tersebut adalah pengaturan kembali sektor informal agar harmonis dan tidak mengganggu fungsi kota di lingkungan tempat mereka melakukan usahanya. Tindakan stabilitasi berusaha berada di tengah-tengah antara sektor informal dan problem yang ditimbulkannya. Dasar operasional sektor informal yang harus tetap dipertahankan adalah adanya akses bagi konsumen.

Banyaknya alternatif tindakan yang dapat dilakukan untuk stabilitasi sektor. Beberapa alternatif pengaturan dan penataan ruang bagi sektor informal yang didasarkan pada pengalaman-pengalaman yang pernah diterapkan atau dilakukan pada berbagai kota di negara Asia, termasuk di Indonesia di antaranya adalah :

a. Peruntukkan dalam ruang terbuka (*open market*)

Ruang atau pelataran terbuka yang secara khusus disediakan bagi aktifitas perdagangan sektor informal serta memungkinkan kelancaran aliran pergerakan konsumen yang keluar masuk.

b. Pembebasan/penutupan jalan-jalan tertentu

Penentuan jalan-jalan yang dibebaskan/ditutup dari sirkulasi lalu lintas kendaraan bermotor atau tidak bermotor, dan selanjutnya hanya

diperuntukkan bagi penampungan pedagang sektor informal dan pergerakan pejalan kaki.

c. Pemanfaatan bagian tertentu dari jalan/trotoar

Bagian tertentu dari jalan/trotoar yang secara khusus disediakan dan dimanfaatkan bagi aktifitas perdagangan sektor informal serta memungkinkan kelancaran aliran pergerakan konsumen yang keluar masuk.

d. Pemanfaatan bagian jalan/trotoar/ruang publik pada waktu-waktu tertentu

Bagian tertentu dari jalan/trotoar/ruang yang secara khusus disediakan dan dimanfaatkan bagi aktifitas perdagangan sektor informal pada waktu-waktu tertentu.

3. Removal

Removal dimaksudkan untuk memindahkan pedagang kaki lima ke suatu lokasi yang ditentukan berdasarkan penelitian. Pemindahan ke tempat ini dapat berupa pasar resmi atau lokasi khusus yang ditetapkan sebagai lokasi pedagang kaki lima dan dikuatkan dengan peraturan.

Dikatakan oleh Mc. Gee dan Yeung (1977), bahwa dalam suatu penataan fisik khususnya penyediaan lokasi-lokasi baru bagi pedagang kaki lima, mengetahui aktivitas pedagang kaki lima seperti tersebut di atas sangat penting karena penyediaan lokasi baru bagi pedagang kaki lima seringkali mengalami kegagalan karena tidak sesuai dengan karakteristik kegiatan kaki lima.

Senada dengan pendapat di atas, dikatakan oleh Firdausy (1995), bahwa salah satu yang harus diperhatikan dalam penyusunan skenario kebijakan penataan pedagang kaki lima adalah mengumpulkan informasi-informasi yang relevan yang benar-benar diperlukan sehingga dalam menata pedagang kaki lima ini tidak mengorbankan kepentingan keindahan kota dan kegiatan ekonomi skala kecil dapat berlangsung secara aman dan dinamis, oleh karena itu karakteristik kegiatan pedagang kaki lima harus menjadi variabel yang penting dalam menetapkan kebijakan penataan pedagang kaki lima agar proses transaksi ekonomi skala kecil dapat berlangsung dinamis, aman, dan menjadi daya tarik suatu kota .

Berdasarkan pendapat-pendapat diatas, ada tiga bentuk penataan fisik pedagang kaki lima, yaitu relokasi (pemugaran), stabilisasi (pengaturan), dan removal (pemindahan). Dan dalam penataan fisik pedagang kaki lima perlu diperhatikan karakteristik kegiatan pedagang kaki lima agar pelaksanaan penataan tersebut menjadi efektif.

