

5. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Profil Responden Pedagang Kaki Lima

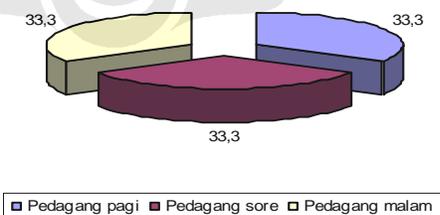
Dengan mengetahui gambaran umum dari pedagang kaki lima, akan diperoleh gambaran yang jelas mengenai karakteristik dari pedagang kaki lima di Kawasan Pasar Minggu. Berdasarkan hal tersebut, ada beberapa point penting yang dapat memberikan gambaran tentang profil pedagang kaki lima di Kawasan Pasar Minggu, yaitu :

5.1.1. Waktu Berdagang

Pedagang kaki lima di Kawasan Pasar Minggu Jakarta Selatan dapat dibedakan menjadi 3 (tiga), yaitu pedagang pagi, pedagang sore, dan pedagang malam. Pedagang pagi adalah pedagang kaki lima yang melakukan aktivitas kaki lima dimulai sekitar pukul 07.00 s.d. 17.00 wib. Sementara pedagang kaki lima sore adalah pedagang yang berjualan mulai sekitar pukul 17.00 s.d. 22.00 wib, dan pedagang malam adalah pedagang yang memulai aktivitasnya sekitar pukul 22.00 s.d. 07.00 wib.

Adapun, responden berdasarkan waktu berdagang dalam penelitian ini seperti tersaji dalam grafik sebagai berikut:

PKL berdasarkan Waktu Berdagang

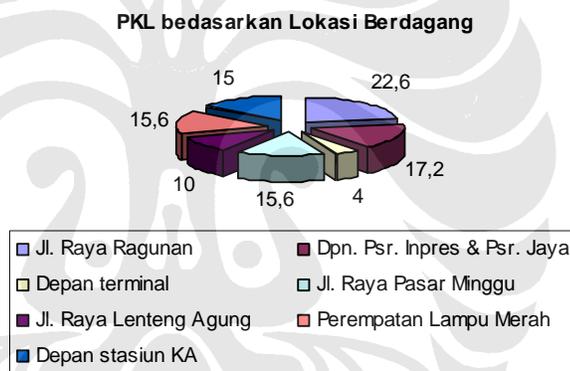


Grafik 5.1. Waktu Berdagang PKL
Sumber : Pengolahan Data 2007

Berdasarkan grafik hasil penelitian terhadap waktu berdagang responden diperoleh bahwa dari 120 orang responden, terdiri dari masing-masing 33,3% pedagang pagi, sore, dan malam.

5.1.2. Lokasi Berdagang

Dalam penelitian ini lokasi berdagang responden dibagi ke dalam 7 kategori, yaitu Jl. Raya Ragunan (depan Ramayana, BRI, Borobudur,dll), depan Psr. Inpres dan Psr. Jaya, depan terminal, Jl. Raya Pasar Minggu (depan Robinson), Jl. Raya Lenteng Agung, Perempatan lampu merah, dan depan stasiun kereta api. Penelitian terhadap lokasi berdagang responden diperoleh hasil sebagai berikut :



Grafik 5.2. Lokasi Berdagang PKL
Sumber : Pengolahan Data 2007

Berdasarkan hasil grafik tersebut diperoleh bahwa dari 120 responden umumnya berlokasi di Jl. Raya Ragunan (22,6%), kemudian di depan Pasar Inpres dan Pasar Jaya (17,2%), Jl. Raya Pasar Minggu dan di perempatan lampu merah masing-masing 15,6%, kemudian sebanyak 15% di depan stasiun kereta api, 10% dan 4% masing-masing di Jl. Raya Lenteng Agung dan depan terminal.

5.1.3. Jenis Dagangan

Jenis dagangan kaki lima dalam penelitian ini dibagi ke dalam 8 jenis dagangan, yaitu buah-buahan, sayur-mayur (sayur, rempah, lauk), pakaian/sandang (pakaian, celana, handuk, sepatu, sandal), makanan/minuman, aksesoris (tas, dompet, topi, gelang,dll), barang elektronik, perkakas rumah tangga, lainnya (barang cetakan, jasa, dll). Hasil penelitian terhadap jenis dagangan responden diperoleh data sebagai berikut :

Tabel 5.1. Jenis Dagangan berdasarkan Waktu Berdagang PKL

		Waktu Berdagang * Jenis Barang dagangan Crosstabulation							Total
		Jenis Barang dagangan							
		buah-buahan	sayur-mayur lauk	pakaian/sandang	makanan/minuman	Aksesoris	Barang elektronik	Perkakas rumah tangga	
Waktu pagi s.d. sore	Count	19	10	4	2	2	2	1	40
Berdagang	% of Total	15,8%	8,3%	3,3%	1,7%	1,7%	1,7%	,8%	33,3%
sore s.d. malam	Count	13	1	7	6	4	6	3	40
	% of Total	10,8%	,8%	5,8%	5,0%	3,3%	5,0%	2,5%	33,3%
malam s.d. pagi	Count	3	37	0	0	0	0	0	40
	% of Total	2,5%	30,8%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	33,3%
Total	Count	35	48	11	8	6	8	4	120
	% of Total	29,2%	40,0%	9,2%	6,7%	5,0%	6,7%	3,3%	100,0%

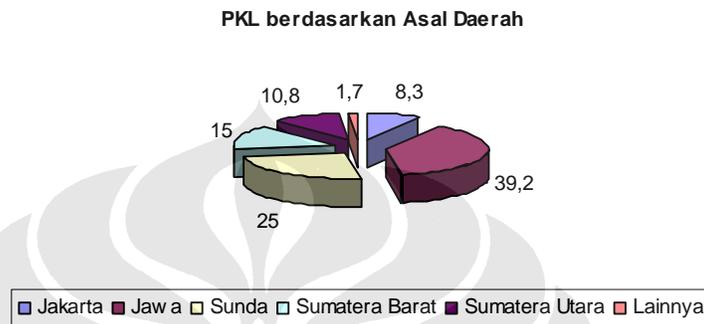
Sumber : Pengolahan Data 2007

Hasil tabel di atas menunjukkan bahwa pada umumnya jenis dagangan responden adalah sayur-mayur (40%) dan buah-buahan (29,2%), sisanya adalah jenis dagangan lain. Namun jenis dagangan berdasarkan waktu berdagang responden berbeda-beda, untuk waktu berdagang pagi s.d. sore, jenis dagangan bervariasi dan mayoritas adalah buah-buahan dan sayur-mayur. Seperti halnya pada waktu berdagang pagi, jenis dagangan untuk waktu berdagang sore s.d. malam juga bervariasi namun pada umumnya sebagian besar adalah buah dan pakaian. Sedangkan untuk waktu berdagang malam, komoditi yang dijual sebagian besar adalah sayur-mayur dan buah-buahan.

5.1.4. Asal Daerah

Hasil penelitian memberikan gambaran bahwa secara keseluruhan responden, hanya sekitar 8,3% responden yang berasal dari Jakarta, selebihnya sebanyak 91,7% adalah pendatang/kaum migran. Melihat tingginya jumlah

pendatang tersebut menunjukkan bahwa sektor perdagangan kaki lima di DKI Jakarta ternyata mampu memberikan daya tarik bagi masyarakat untuk berurbanisasi ke kota Jakarta. Profil responden pedagang kaki lima berdasarkan asal daerah adalah seperti pada grafik berikut :



Grafik 5.3. Asal Daerah PKL
Sumber : Pengolahan Data 2007

Berdasarkan data di atas terlihat bahwa daerah Jawa merupakan daerah pendatang terbanyak yaitu 39,2%, kemudian Sunda (25%), Sumatera Barat dan Utara masing-masing 15% dan 10,8%, dan daerah lainnya sebanyak 1,7%. Meskipun sebagian besar pedagang kaki lima di Kawasan Pasar Minggu merupakan pendatang, tetapi dilihat dari lamanya menetap di Jakarta (dari hasil wawancara diperoleh bahwa lama menetap responden di Jakarta minimal sudah berlangsung selama 7 tahun) dapat disimpulkan bahwa pedagang kaki lima tersebut merupakan kaum migrant yang permanen.

Dari hasil penelitian juga diperoleh adanya keterkaitan antara asal daerah pedagang kaki lima dengan jenis dagangan yang dijual. Hal ini tampak dari gambaran pada tabel berikut :

Tabel 5.2. Jenis Dagangan berdasarkan Asal Daerah PKL

Asal daerah * Jenis Barang dagangan Crosstabulation

			Jenis Barang dagangan							Total
			Buah-buahan	Sayur-mayur, lauk	Pakaian/s andang	Makanan/ minuman	Aksesoris	Barang elektronik	Perkakas rumah tangga	
Asal daerah	Jakarta	Count	0	8	2	0	0	0	0	10
		% of Total	,0%	6,7%	1,7%	,0%	,0%	,0%	,0%	8,3%
	Jawa	Count	17	28	0	2	0	0	0	47
		% of Total	14,2%	23,3%	,0%	1,7%	,0%	,0%	,0%	39,2%
	Sunda	Count	18	12	0	0	0	0	0	30
		% of Total	15,0%	10,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	25,0%
	Sumatera barat	Count	0	0	6	4	6	0	2	18
		% of Total	,0%	,0%	5,0%	3,3%	5,0%	,0%	1,7%	15,0%
	Sumatera utara	Count	0	0	3	2	0	7	1	13
		% of Total	,0%	,0%	2,5%	1,7%	,0%	5,8%	,8%	10,8%
	Lainnya	Count	0	0	0	0	0	1	1	2
		% of Total	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,8%	,8%	1,7%
	Total	Count	35	48	11	8	6	8	4	120
		% of Total	29,2%	40,0%	9,2%	6,7%	5,0%	6,7%	3,3%	100,0%

Sumber : Pengolahan Data 2007

Dari tabel tersebut di atas, diperoleh bahwa jenis dagangan berupa buah dan sayur merupakan komoditi jualan bagi pedagang kaki lima yang berasal dari Jawa dan Sunda, sementara untuk daerah lainnya menjual komoditi selain buah dan sayur.

5.1.5. Persebaran Pedagang Kaki Lima

Dari hasil data observasi lapangan serta kuesioner yang diolah melalui metode SIG dengan menggunakan program *Arc View SIG 3.3*, dalam penelitian ini juga digambarkan profil responden berdasarkan waktu berdagang, lokasi berdagang, dan jenis dagangan yang disajikan dalam bentuk peta persebaran pedagang kaki lima sebagai berikut :

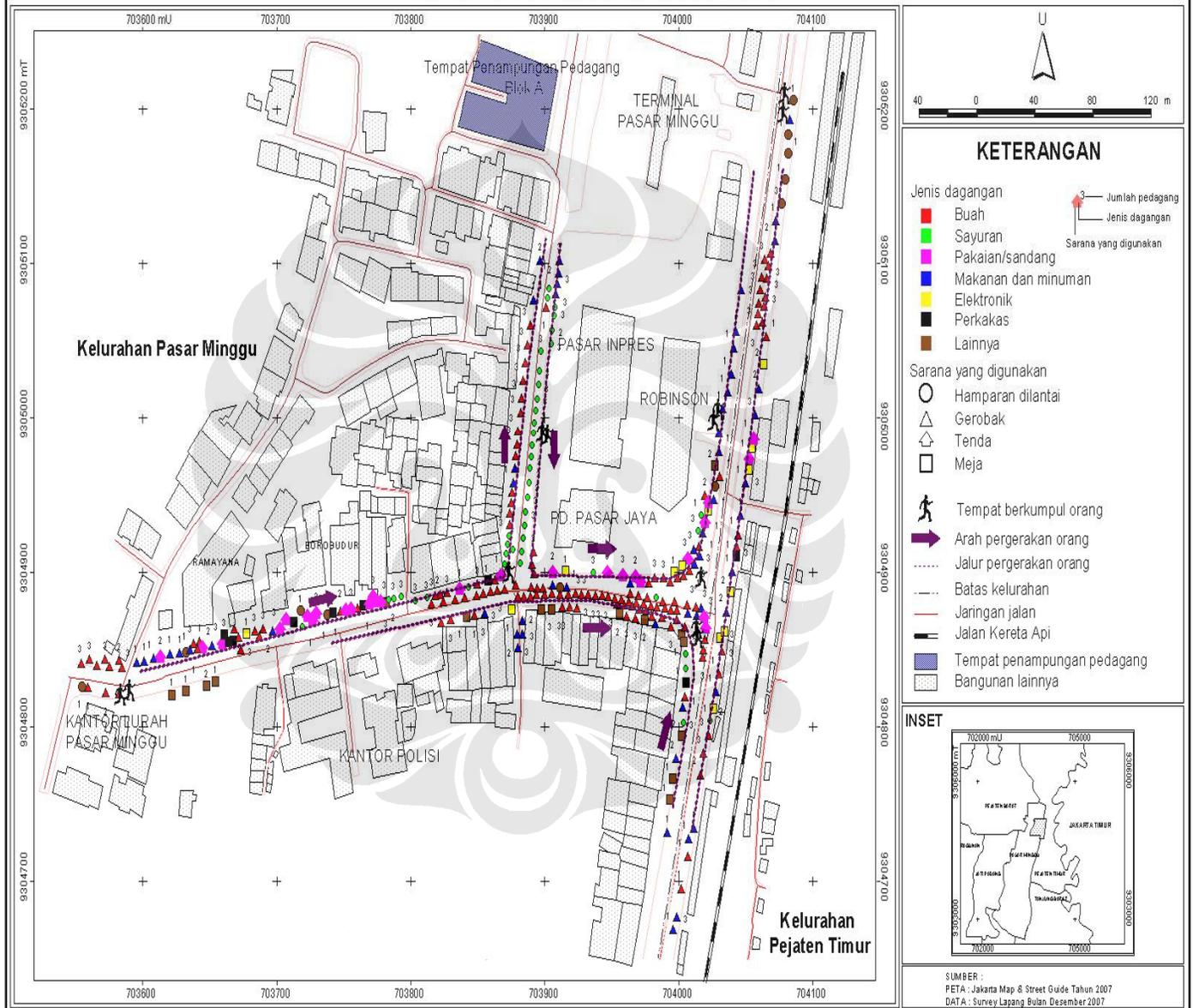
Berdasarkan hasil pengamatan di lapangan, pedagang kaki lima di Kawasan Pasar Minggu tersebar di semua ruas jalan di Kawasan Pasar Minggu. Untuk pedagang kaki lima yang melakukan aktivitas dagangnya pada pagi s.d. sore hari (sekitar pukul 07.00 s.d. 17.00 Wib) tersebar di semua ruas jalan dengan kecenderungan tata letak berdagang memanjang (*linier agglomeration*) mengikuti pola jalan yaitu terjadi di sepanjang/pinggiran jalan utama atau jalan penghubung.

Pada umumnya pedagang kaki lima tersebar secara mengelompok, namun jumlah pedagang kaki lima pada setiap pengelompokan berbeda-beda. Pengelompokan terbanyak terjadi di sepanjang Jl. Raya Ragunan (depan Ramayana, Borobudur, BRI,dll) sampai dengan perempatan lampu merah.

Sementara arah pergerakan orang datang dari 3 (tiga) arah, yaitu dari arah barat, utara, dan selatan. Untuk orang yang datang dari barat, arah pergerakannya ke arah utara (menuju Pasar Inpres) dan ke arah timur (menuju Jl. Raya Pasar Minggu dan Jl. Lenteng Agung). Sementara orang yang datang dari arah utara, bergerak ke arah perempatan lampu merah dan Jl. Raya Pasar Minggu, begitu juga orang yang datang dari arah selatan. Secara keseluruhan, pergerakan dan konsentrasi orang terjadi di ruas Jl. Raya Ragunan, perempatan lampu merah dan Jl. Raya Pasar Minggu.

Jenis dagangan yang dijual di Kawasan Pasar Minggu sangat bervariasi, namun ada dominasi pada komoditi dagangan tertentu berdasarkan waktu berdagang. Untuk waktu berdagang pagi s.d. sore hari (sekitar pukul 07.00 s.d. 17.00 wib), jenis dagangan cukup bervariasi, mulai dari sayur-mayur, buah-buahan, pakaian/sandang, makanan/minuman, elektronik, dan lainnya. Namun jenis dagangan yang cukup mendominasi adalah sayur-mayur dan buah-buahan. Pedagang sayur-mayur terkonsentrasi di sekitar Pasar Inpres dan Pasar Jaya dan Jl. Raya Ragunan, sementara untuk komoditi buah-buahan, terkonsentrasi mulai dari Jl. Raya Ragunan yaitu mulai dari depan Borobudur sampai perempatan lampu merah. Gambaran lengkapnya seperti pada peta berikut :

PERSEBARAN PEDAGANG KAKILIMA DI KAWASAN PASAR MINGGU MENURUT JENIS DAGANGAN DAN SARANA BERDAGANG PUKUL 07.00 WIB - 17.00 WIB



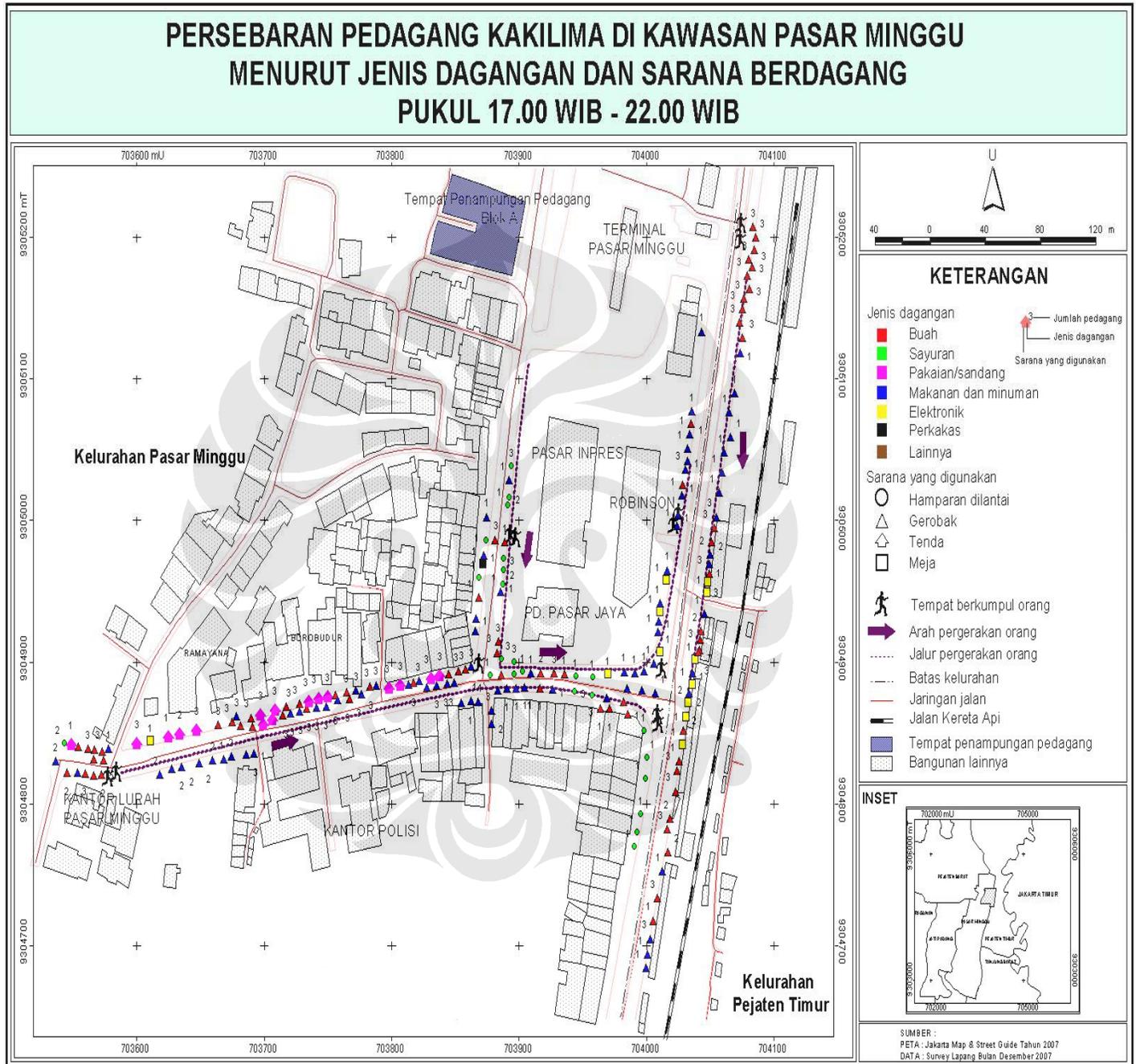
Gambar 5.1. Peta Persebaran Pedagang Kaki Lima di Kawasan Pasar Minggu berdasarkan Jenis dan Sarana Dagangan (Pk. 07.00 s.d. 17.00 Wib.)
Sumber : Pengolahan Data 2007

Untuk pedagang kaki lima yang melakukan aktivitas dagangnya pada sore s.d. malam hari (sekitar pukul. 17.00 s.d. 22.00 Wib) sama halnya seperti persebaran pedagang pagi, yaitu tersebar di semua ruas jalan dengan kecenderungan tata letak berdagang memanjang (*linier agglomeration*) mengikuti pola jalan yaitu terjadi di sepanjang/pinggiran jalan utama atau jalan penghubung.

Pada umumnya pedagang kaki lima tersebar secara mengelompok, namun jumlah pedagang kaki lima pada setiap pengelompokan berbeda-beda. Pengelompokan terbanyak terjadi di sepanjang Jl. Raya Ragunan (depan Ramayana, Borobudur, BRI,dll) sampai dengan perempatan lampu merah. pada waktu berdagang sore s.d. malam hari ini, persebaran pedagang kaki lima untuk jenis dagangan berupa buah-buahan di sepanjang trotoar stasiun kereta api mulai terlihat banyak atau mengelompok.

Sementara arah pergerakan orang, datang dari 3 (tiga) arah dan semuanya menuju ke perempatan lampu merah Pasar Minggu. Secara keseluruhan, pergerakan dan konsentrasi orang terjadi di ruas Jl. Raya Ragunan, perempatan lampu merah dan Jl. Raya Pasar Minggu.

Jenis dagangan yang dijual pedagang kaki lima pada waktu berdagang sore s.d. malam hari (sekitar pukul 17.00 s.d. 22.00 wib) seperti halnya jenis dagangan pada pagi hari yaitu cukup bervariasi, mulai dari sayur-mayur, buah-buahan, pakaian/sandang, makanan/minuman, elektronik, dan lainnya. Namun jenis dagangan yang cukup mendominasi adalah pakaian/sandang dan makanan/minuman. Pedagang pakaian/sandang terkonsentrasi di Jl. Raya Ragunan (depan Ramayana, Borobudur, BRI, dll). Pedagang makanan/minuman serta komoditi lainnya tersebar di semua ruang jalan. Untuk pedagang buah terkonsentrasi di depan underpass dan sepanjang trotoar stasiun kereta api. Sementara di Jl. Raya Pasar Minggu (depan Robinson) terkonsentrasi pedagang makanan/minuman dan barang-barang elektronik. Gambaran lengkapnya seperti pada peta berikut :



Gambar 5.2. Peta Persebaran Pedagang Kaki Lima di Kawasan Pasar Minggu berdasarkan Jenis dan Sarana Dagangan (Pk. 17.00 s.d. 22.00 Wib.)
Sumber : Pengolahan Data 2007

Untuk pedagang kaki lima yang melakukan aktivitas dagangnya pada malam s.d. pagi hari (sekitar pukul. 22.00 s.d. 07.00 Wib) tersebar di semua ruas jalan namun terkonsentrasi di Jl. Raya Ragunan dan di sekitar Pasar Inpres dan Pasar Jaya. Kecenderungan tata letak berdagang memanjang (*linier agglomeration*) mengikuti pola jalan yaitu terjadi di sepanjang/pinggiran jalan utama atau jalan penghubung.

Pada umumnya pedagang kaki lima tersebar secara mengelompok, namun jumlah pedagang kaki lima pada setiap pengelompokan berbeda-beda. Pengelompokan terbanyak terjadi di sepanjang Jl. Raya Ragunan (depan Ramayana, Borobudur, BRI,dll) dan di sekitar Pasar Inpres dan Pasar Jaya.

Sementara arah pergerakan orang, datang dari 2 (tiga) arah yaitu dari arah barat dan selatan dan terkonsentrasi di sekitar Pasar Inpres dan Pasar Jaya. Sementara untuk pergerakan barang datang dari arah selatan yaitu dari Jl. Raya Lenteng Agung. Konsentrasi pergerakan barang terjadi di perempatan (depan jembatan underpass).

Untuk waktu berdagang malam s.d. pagi hari (sekitar pukul 22.00 s.d. 07.00 wib), jenis dagangan didominasi oleh komoditi sayur-mayur dan tidak terlalu bervariasi seperti halnya jenis dagangan di pagi dan sore hari. Ada empat lokasi yang menjadi konsentrasi pedagang sayur-mayur, yaitu di Jl. Raya Ragunan, di sekitar Pasar Inpres dan Pasar Jaya, perempatan lampu merah, dan terminal angkutan Pasar Minggu. Untuk komoditi lainnya tersebar di semua ruas jalan namun jumlahnya tidak banyak. Gambaran lengkapnya seperti pada peta berikut :



Gambar 5.3. Peta Persebaran Pedagang Kaki Lima di Kawasan Pasar Minggu berdasarkan Jenis dan Sarana Dagangan (Pk. 22.00 s.d. 07.00 Wib.)
Sumber : Pengolahan Data 2007

Konsentrasi pedagang pada lokasi-lokasi tertentu seperti tersebut di atas dapat terjadi karena adanya pengaruh perkembangan kegiatan formal pada kawasan yang bersangkutan. Adanya kegiatan formal di Kawasan Pasar Minggu seperti pusat perbelanjaan (Ramayana, Borobudur, Robinson), pasar publik, terminal, dan stasiun dapat menjadi daya tarik bagi pedagang kaki lima untuk beraktivitas di sekitar kegiatan formal tersebut.

Perkembangan kegiatan pedagang kaki lima selain dipengaruhi oleh perkembangan kegiatan formal juga dipengaruhi oleh tingkat arus sirkulasi (pergerakan) orang pada suatu lokasi. Hal ini terlihat bahwa pemilihan bahu jalan di semua ruas jalan di Kawasan Pasar Minggu oleh pedagang kaki lima sebagai lokasi untuk menggelar dagangannya didasarkan pada adanya sirkulasi (pergerakan) orang di ruas-ruas jalan tersebut seperti yang tergambar pada peta persebaran di atas. Lintasan pergerakan orang yang sangat tinggi (padat) merupakan faktor yang mempengaruhi pedagang kaki lima dalam menentukan lokasi tempat mangkalnya. Tingkat kepadatan sirkulasi pejalan kaki maupun jalur yang dilalui moda angkutan umum memberikan pengaruh pada penentuan lokasi tempat mangkal bagi para pedagang kaki lima (Alisjahbana, 2006, dan Joedo, 1997).

5.2. Preferensi Pedagang Kaki Lima

Analisis mengenai preferensi pedagang kaki lima dilakukan untuk mengetahui kecenderungan pedagang kaki lima dalam menentukan kegiatan usaha kaki limanya yang meliputi preferensi terhadap lokasi dan tempat usaha, jenis dagangan, waktu berdagang, sarana fisik dagangan, ukuran ruang usaha, pola persebaran, dan pola pelayanan.

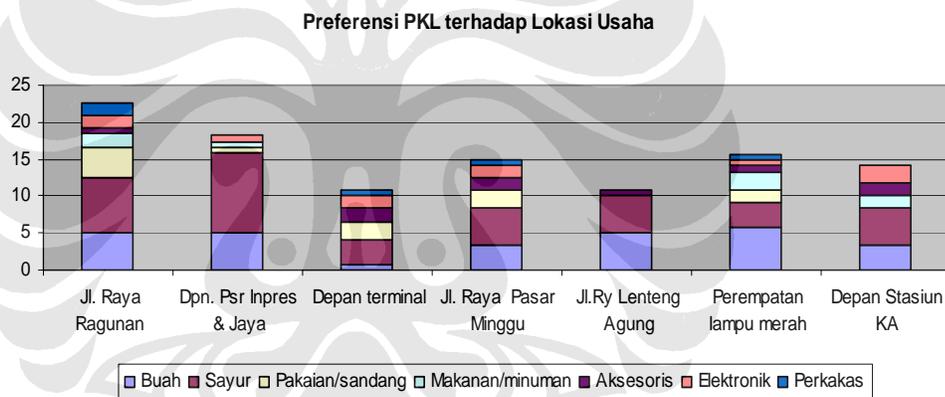
Data primer yang diperoleh melalui kuesioner diolah secara statistik dengan tabel frekuensi dan tabulasi silang. Hasil olah data akan menggambarkan kecenderungan pedagang kaki lima dalam menentukan kegiatan usaha kaki limanya. Pembahasan preferensi pedagang kaki lima dalam penelitian ini dikelompokkan berdasarkan waktu berdagang (pedagang pagi, sore, dan malam) dan jenis dagangan.

5.2.1. Lokasi dan Tempat Usaha

Dari hasil penelitian diperoleh bahwa semua ruas jalan di Kawasan Pasar Minggu diminati oleh pedagang kaki lima sebagai lokasi usaha. Berturut-turut lokasi yang diminati adalah Jl. Raya Ragunan (depan Ramayana, Borobudur, BRI, dll) sebanyak 22,6%, di depan Pasar Inpres dan Pasar Jaya (18,3%), Jl. Raya Pasar Minggu (depan Robinson) dan perempatan lampu merah masing-masing 15% , depan stasiun KA sebesar 14,2%, Jl. Raya Lenteng Agung (10,8%), dan depan terminal Pasar Minggu sebesar 4,2%.

Gambaran lengkap tentang preferensi PKL terhadap lokasi usaha seperti pada tabel berikut :

Tabel 5.3. Preferensi PKL terhadap Lokasi Usaha



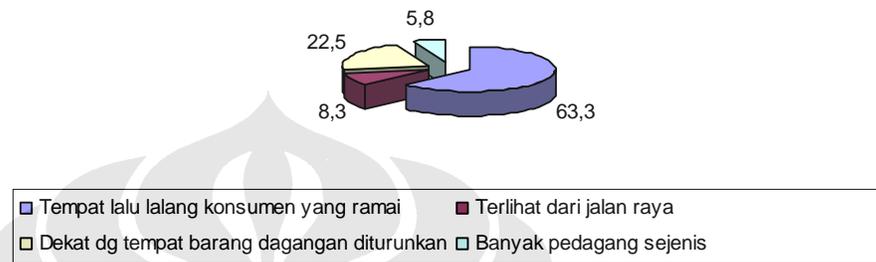
Sumber : Pengolahan Data 2007

Dari tabel di atas didapat bahwa ada 2 lokasi yang diminati oleh semua jenis pedagang yaitu Jl. Raya Ragunan dan perempatan lampu merah. Sedangkan lokasi di depan Pasar Inpres dan Pasar Jaya banyak diminati pedagang sayur-mayur dan buah-buahan. Lokasi di Jl. Raya Pasar Minggu (depan Robinson) dipilih sebagai lokasi usaha oleh hampir semua jenis pedagang kecuali pedagang makanan/minuman. Lokasi Jl. Raya Lenteng Agung merupakan lokasi yang sedikit diminati oleh pedagang, hanya tiga jenis pedagang saja yaitu pedagang sayur, buah, dan aksesoris yang memilih lokasi tersebut sebagai lokasi usaha.

Pemilihan lokasi-lokasi tersebut oleh pedagang kaki lima didasarkan pada pertimbangan bahwa pada lokasi-lokasi tersebut merupakan lokasi yang paling

ramai dilalui pejalan kaki dan kendaraan (63,3%), dekat dengan tempat barang dagangan diturunkan (22,5%), terlihat dari jalan raya (8,3%), dan terdapat banyak pedagang sejenis sebanyak 5,8%.

Alasan PKL dalam Memilih Lokasi Usaha



Grafik 5.4. Alasan PKL memilih Lokasi Usaha

Sumber : Pengolahan Data 2007

Seperti yang dikatakan oleh Alisjahbana (2006) dan Joedo (1997) bahwa pedagang kaki lima cenderung tersebar hampir di setiap ruang-ruang terbuka kota yang ramai dilalui kendaraan dan pada jalur sirkulasi orang, dan juga senada dengan pendapat Todaro bahwa pedagang kaki lima suka berkonsentrasi di pusat keramaian, sepanjang jalan-jalan yang ramai atau tempat yang banyak dilalui orang sehingga cukup beralasan kalau para pedagang kaki lima di kawasan Pasar Minggu dalam menentukan lokasi usaha kaki limanya memiliki kecenderungan mendekati lokasi-lokasi yang mempunyai kegiatan formal intensif atau di sepanjang jalur-jalur pergerakan utama.

Para pedagang kaki lima dalam menentukan lokasi tempat mangkalnya juga didasarkan pada sisi konsumen dari pedagang kaki lima. Perilaku belanja konsumen merupakan faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pemilihan lokasi bagi pedagang kaki lima. Kaitan ini dapat dilihat pada persepsi konsumen terhadap kebutuhan akan adanya kegiatan perdagangan kaki lima yang tercermin dari pola belanja dan motivasi belanja ke tiap jenis perdagangan kaki lima. Pola perilaku konsumen akan memberikan faktor pertimbangan lokasi yang berbeda bagi kelompok jenis perdagangan yang berbeda.

Dari hasil wawancara dan kuesioner kepada konsumen pedagang kaki lima, diperoleh bahwa konsumen para pedagang kaki lima di kawasan Pasar Minggu khususnya untuk konsumen pedagang pagi dan sore sebagian besar adalah mereka yang tujuan utamanya bukan untuk berbelanja di kaki lima, mereka kebanyakan adalah penumpang angkutan umum yang turun di jalan dan hendak berganti angkutan lain atau masyarakat yang kebetulan lewat setelah selesai melakukan aktivitas di kawasan perdagangan tersebut. Sementara untuk pedagang kaki lima yang beraktivitas pada malam sampai dengan pagi hari, konsumen mereka semuanya adalah masyarakat yang memang sengaja datang untuk berbelanja.

Dengan alasan konsumen tersebut, para pedagang kaki lima di kawasan Pasar Minggu lebih memilih berlokasi usaha di bahu jalan/sebagian badan jalan dikarenakan lokasi tersebut dianggap paling strategis karena tempat lalu lalang orang dan kendaraan yang paling ramai. Dengan banyaknya orang dan kendaraan yang lewat diharapkan dapat memancing orang yang sekedar lewat untuk berbelanja di kaki lima.

Tabel 5.4. Tujuan Konsumen PKL ke Pasar Minggu

Waktu Berbelanja * Tujuan ke Pasar Minggu Crosstabulation

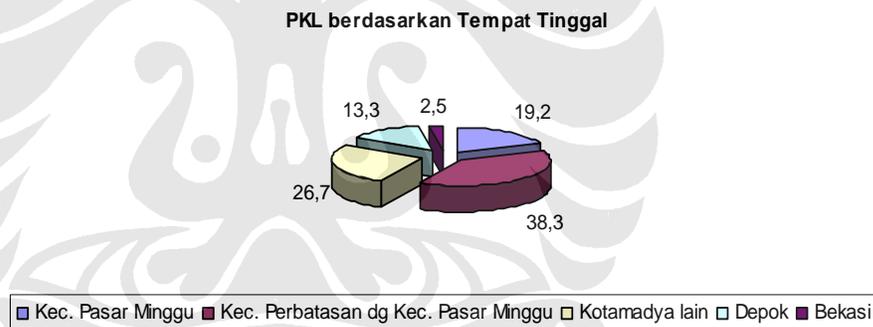
		Tujuan ke Pasar Minggu			Total	
		berbelanja di kaki lima	sekedar mampir setelah berbelanja di pasar/pertokoan	sekedar lewat		
Waktu Berbelanja	pagi s.d. sore	Count	19	15	6	40
		% of Total	15,8%	12,5%	5,0%	33,3%
	sore s.d. malam	Count	4	21	15	40
		% of Total	3,3%	17,5%	12,5%	33,3%
	malam s.d. pagi	Count	40	0	0	40
		% of Total	33,3%	,0%	,0%	33,3%
Total	Count	63	36	21	120	
	% of Total	52,5%	30,0%	17,5%	100,0%	

Sumber : Pengolahan Data 2007

Ada dugaan bahwa jarak dan lokasi tempat tinggal pedagang kaki lima berpengaruh terhadap pemilihan lokasi usaha kaki lima, namun setelah dianalisis lebih lanjut dengan uji statistik *chi kuadrat*, hasil menunjukkan bahwa tidak ada ketergantungan antara pemilihan lokasi dengan jarak tempat tinggal bagi

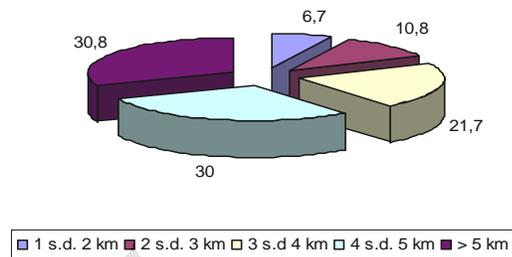
pedagang kaki lima. Hal ini menunjukkan bahwa faktor-faktor lain yang menarik pedagang untuk berdagang secara berkelompok di suatu lokasi dirasa lebih penting bagi mereka daripada kedekatannya dengan tempat tinggal.

Kondisi tersebut di atas diperkuat dari hasil wawancara kepada responden, bahwa jarak antara tempat tinggal pedagang kaki lima dengan lokasi berjualan bukan merupakan hal yang perlu dipertimbangkan dalam memilih lokasi usaha. Bagi mereka walaupun lokasi tersebut cukup jauh dari tempat tinggal mereka atau asal barang dagangan, tidak menjadi masalah bagi pedagang kaki lima asalkan lokasi tersebut cukup strategis. Hal ini terlihat dari 120 responden, hanya sekitar 19,2% pedagang kaki lima yang bertempat tinggal di Kecamatan Pasar Minggu (berdekatan dengan lokasi berdagang) dan lebih dari separuh atau sekitar 60,8% responden pedagang kaki lima memiliki tempat tinggal dengan jarak lebih dari 4 km.



Grafik 5.5. Tempat Tinggal PKL
Sumber : Pengolahan Data 2007

PKL berdasarkan Jarak Tempat Tinggal



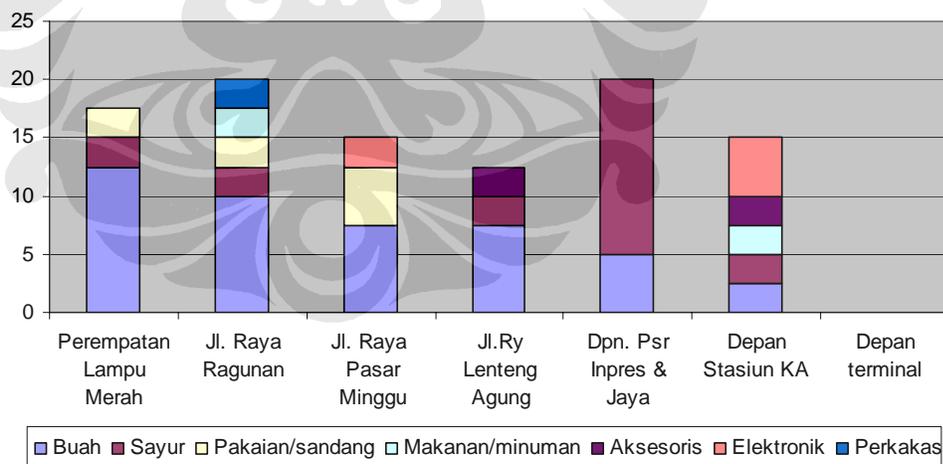
Grafik 5.6. Jarak Tempat Tinggal PKL

Sumber : Pengolahan Data 2007

Adanya kegiatan perdagangan kaki lima di Kawasan Pasar Minggu yang dibagi dalam tiga periode waktu menyebabkan adanya perbedaan di antara pedagang tersebut terkait dengan kecenderungan pedagang kaki lima dalam menentukan lokasi tempat usahanya.

Tabel 5.5. Preferensi PKL Pagi terhadap Lokasi Usaha

Preferensi PKL Pagi terhadap Lokasi Usaha

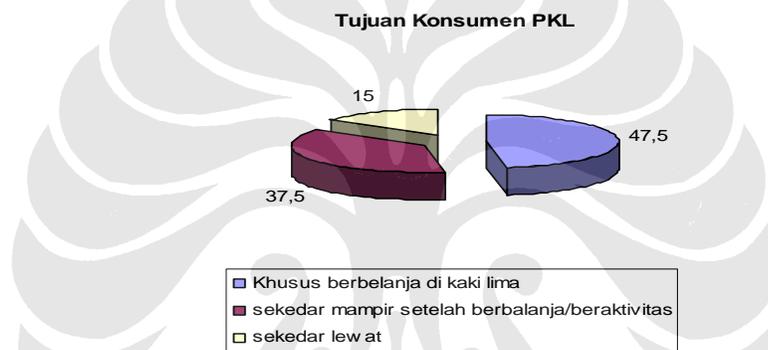


Sumber : Pengolahan Data 2007

Dari tabel di atas diperoleh bahwa pedagang kaki lima yang beraktivitas pagi s.d. sore dalam menentukan lokasi berdagang cenderung mendekati lokasi-lokasi kegiatan formal dan jalan-jalan yang sering dilalui oleh pengunjung.

Faktor-faktor yang mendorong kegiatan perdagangan kaki lima pada waktu berdagang ini bisa berkembang dengan baik di lokasi-lokasi tersebut adalah faktor aksesibilitas yang tinggi (mudah dijangkau oleh pengunjung), visibilitas (terlihat dari jalan raya), dan adanya faktor kegiatan yang terdapat di sekitar kawasan jalan tersebut.

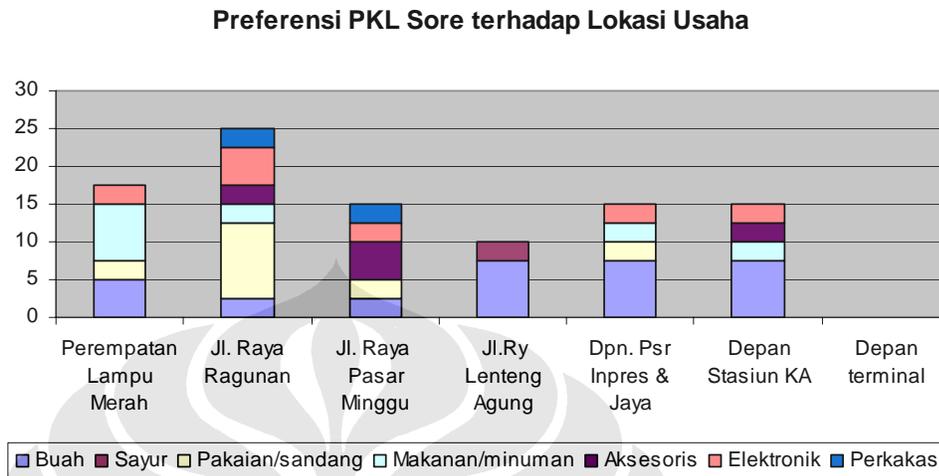
Kondisi demikian dikarenakan pola konsumsi konsumen pedagang kaki lima pagi bukan merupakan tujuan utama untuk berbelanja di kaki lima melainkan hanya sambilan saja setelah mengunjungi tujuan utamanya seperti habis berbelanja atau kegiatan lainnya.



Grafik 5.7. Tujuan Konsumen PKL
Sumber : Pengolahan Data 2007

Dari grafik di atas terlihat bahwa hanya 47,5% responden konsumen yang memang khusus datang ke kaki lima untuk berbelanja, dan selebihnya yaitu sebesar 53,5% konsumen ke kaki lima hanya sekedar mampir atau lewat setelah melakukan aktivitas lain. Berdasarkan pola konsumen tersebut, memang idealnya lokasi pedagang kaki lima pagi di tempat-tempat dimana terjadi akumulasi dan sirkulasi orang yang ramai.

Tabel 5.6. Preferensi PKL Sore terhadap Lokasi Usaha



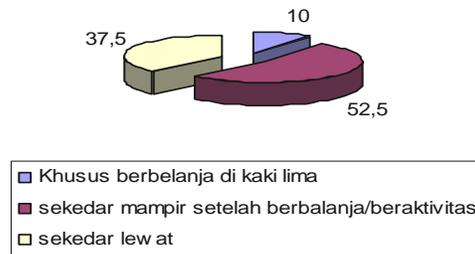
Sumber : Pengolahan Data 2007

Seperti halnya pedagang pagi, pedagang kaki lima yang beraktivitas pada sore s.d. malam hari juga memiliki kecenderungan dalam memilih lokasi usahanya yaitu mendekati lokasi-lokasi perdagangan formal dalam hal ini pertokoan atau pusat-pusat perbelanjaan, dan jalan-jalan yang ramai dilalui orang dan kendaraan.

Komoditi yang terlihat dominan pada waktu berdagang ini adalah komoditi pakaian/sandang, dan dilihat dari perkembangan kegiatan formal maka di sekitar lokasi pedagang kaki lima pakaian/sandang tersebut didominasi oleh kegiatan pertokoan (perdagangan formal) yang sejenis yaitu pertokoan pakaian/tekstil. Kegiatan kelompok perdagangan kaki lima ini mempunyai sifat yang selalu cenderung mendekati kegiatan formal yang sejenis, yang dimaksudkan untuk memberikan alternative pada konsumen yang sedang berbelanja barang sejenis dengan memberikan penawaran yang lebih murah.

Dilihat dari sisi konsumen, pada perdagangan kaki lima ini pola konsumennya sama dengan pola konsumen pada kegiatan perdagangan kaki lima pagi, yaitu sebagian besar tujuan utama konsumen bukan untuk berbelanja di kaki lima.

Tujuan Konsumen PKL Sore

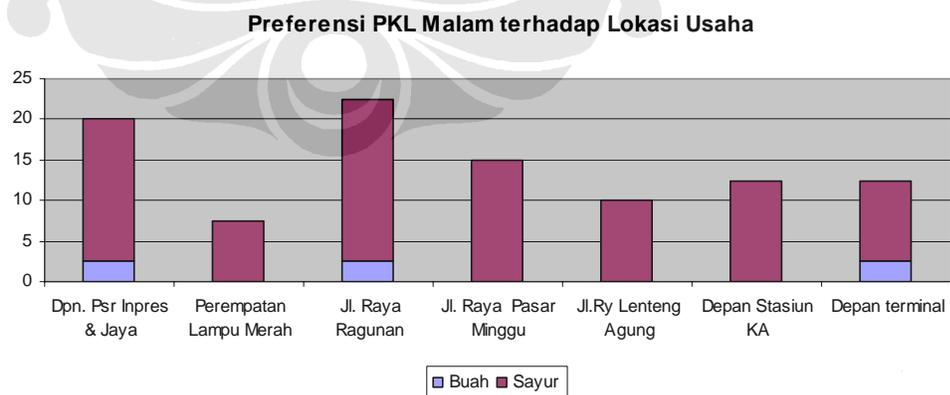


Grafik 5.8. Tujuan Konsumen PKL Sore
Sumber : Pengolahan Data 2007

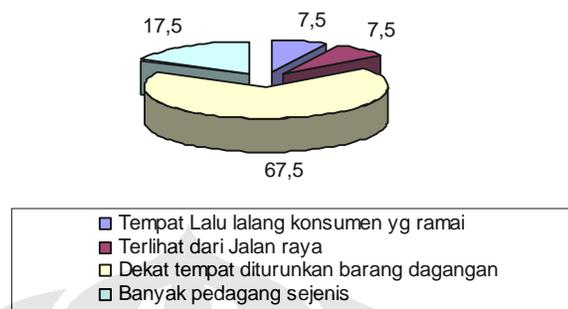
Dari grafik di atas terlihat bahwa hanya 10% responden konsumen yang memang khusus datang ke kaki lima untuk berbelanja, dan selebihnya yaitu sebesar 90% konsumen ke kaki lima hanya sekedar mampir atau lewat setelah melakukan aktivitas lain. Berdasarkan pola konsumen tersebut, memang idealnya lokasi pedagang kaki lima sore di tempat-tempat dimana terjadi akumulasi dan sirkulasi orang yang ramai.

Sementara untuk pedagang kaki lima yang beraktivitas pada malam s.d. pagi hari memiliki kecenderungan dalam memilih lokasi usahanya yaitu mendekati lokasi-lokasi yang dekat dengan tempat barang dagangan diturunkan.

Tabel 5.7. Preferensi PKL Malam terhadap Lokasi Usaha



Alasan PKL dalam Memilih Lokasi Usaha

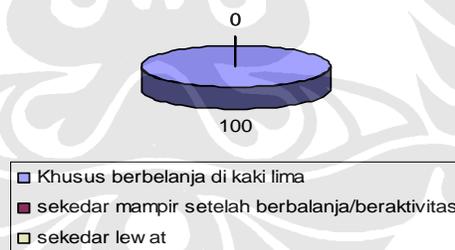


Grafik 5.9. Alasan PKL Malam dalam Memilih Lokasi Usaha

Sumber : Pengolahan Data 2007

Dilihat dari sisi konsumen, pada perdagangan kaki lima ini pola konsumennya memiliki tujuan utama khusus berbelanja di kaki lima. Konsumen pedagang kaki lima malam ini sebagian besar adalah pedagang sayur yang memang datang ke Kawasan Pasar Minggu khusus untuk berbelanja.

Tujuan Konsumen PKL Sore



Grafik 5.10. Tujuan Konsumen PKL Malam

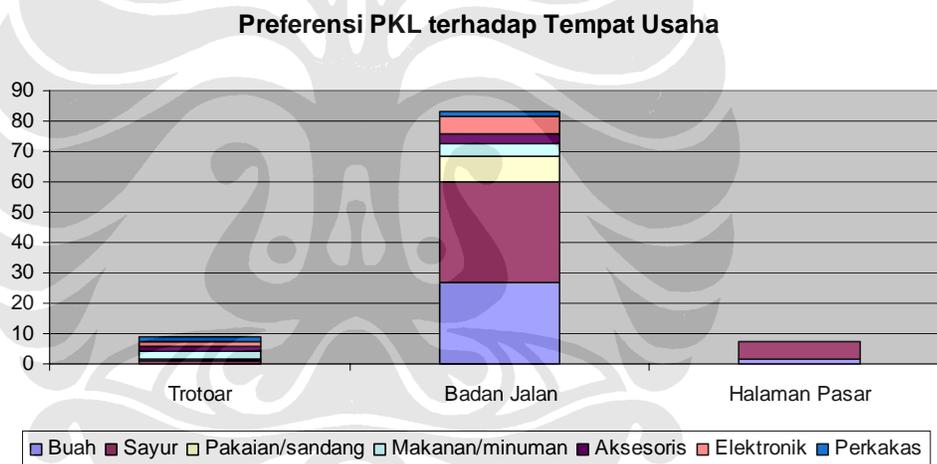
Sumber : Pengolahan Data 2007

Dari grafik di atas terlihat bahwa 100% responden konsumen yang memang khusus datang ke kaki lima untuk berbelanja, maka berdasarkan pola konsumen tersebut, idealnya lokasi pedagang kaki lima malam dapat di mana saja karena pada aktivitas perdagangan kaki lima ini, bukan pedagang kaki lima yang menghadang konsumen tetapi konsumen yang mendatangi pedagang kaki lima.

Sementara untuk tempat usaha, seperti diketahui bahwa pada umumnya modal yang dimiliki oleh pedagang kaki lima relatif kecil sehingga dalam melakukan kegiatannya tidak memungkinkan untuk memenangkan persaingan dalam perolehan lahan. Oleh karena itu mereka selalu mencari tempat-tempat yang mempunyai nilai lahan sangat rendah tetapi tempat tersebut menurut mereka strategis (bisa menguntungkan).

Atas kondisi tersebut di atas, berdasarkan hasil penelitian diperoleh ada 3 (tiga) tempat yang menjadi pilihan para pedagang kaki lima sebagai tempat berjualan, yaitu berturut-turut adalah bahu jalan/sebagian badan jalan (83,3%), trotoar (9,2%), dan halaman pasar/pertokoan sebesar 7,5%.

Tabel 5.8. Preferensi PKL terhadap Tempat Usaha



Sumber : Pengolahan Data 2007

Dari tabel di atas terlihat bahwa bahu jalan merupakan tempat paling diminati oleh semua jenis pedagang, sementara trotoar diminati oleh pedagang buah, sayur, aksesoris, elektronik, dan didominasi oleh pedagang makanan/minuman. Untuk halaman pasar hanya diminati oleh pedagang sayur-mayur dan buah-buahan.

Para pedagang kaki lima memilih bahu jalan/sebagian badan jalan sebagai tempat usaha mereka karena tempat tersebut merupakan tempat lalu lalang orang yang paling ramai. Preferensi pedagang kaki lima di kawasan Pasar Minggu yang

menggunakan bahu jalan/sebagian badan jalan sebagai tempat usaha tersebut sesuai dengan fakta di lapangan. Di kawasan Pasar Minggu hampir semua badan jalan seperti Jl. Raya Ragunan mulai dari depan Ramayana sampai perempatan lampu merah, Jl. Raya Pasar Minggu (depan dan samping Pasar Inpres, PD. Pasar Jaya, Robinson sampai ke arah terminal) dipenuhi oleh aktivitas pedagang kaki lima baik pedagang kaki lima yang berdagang pagi, sore, ataupun malam.

Penggunaan bahu jalan/sebagian badan jalan sebagai tempat usaha diminati oleh semua pedagang kaki lima baik yang berdagang pagi, sore, ataupun malam dikarenakan pada tempat-tempat tersebut terjadi konsentrasi orang pada jumlah yang besar (adanya pergerakan orang) akibat dari adanya berbagai kegiatan perdagangan/pertokoan, kegiatan perkantoran, jasa, maupun terkonsentrasinya berbagai fasilitas sosial/umum lainnya yang menjadi daya tarik pergerakan masyarakat. Masyarakat yang melakukan pergerakan untuk mencapai lokasi kegiatan-kegiatan yang dituju akan menentukan lintas pergerakannya (sirkulasi) dan lintasan pergerakan masyarakat yang sangat tinggi (padat) merupakan faktor yang mempengaruhi pedagang kaki lima dalam menentukan lokasi tempat mangkalnya.

Penggunaan bahu jalan/ sebagian badan jalan oleh pedagang kaki lima di kawasan Pasar Minggu yang beraktivitas pada pagi dan sore hari ini dianggap telah melanggar ketertiban umum karena menggelar dagangannya di tempat-tempat yang diperuntukkan bukan untuk usaha dan menyebabkan kemacetan lalu lintas, oleh karenanya terhadap pedagang kaki lima ini sering diadakan penertiban. Dari hasil wawancara diperoleh bahwa para pedagang tidak pernah kapok untuk berdagang di bahu jalan walaupun sering ada penertiban, karena menurut mereka tempat tersebut adalah tempat yang paling strategis karena merupakan tempat lalu lalang pejalan kaki yang paling ramai.

Selain badan jalan, pedagang kaki lima di kawasan Pasar Minggu juga berminat untuk menggunakan halaman pertokoan dan pasar sebagai tempat usaha mereka. Preferensi pedagang kaki lima tersebut tentu dapat dipahami mengingat kawasan Pasar Minggu sebagai kawasan perdagangan yang ramai. Dengan adanya pasar Inpres serta pasar PD Pasar Jaya dan pusat-pusat perbelanjaan seperti

Ramayana, Borobudur, dan Robinson, dan pertokoan menjadi daya tarik bagi pedagang kaki lima untuk beraktivitas di tempat tersebut.

Pilihan tempat usaha lainnya adalah trotoar. Pilihan atas penggunaan trotoar ini didasarkan pada anggapan bahwa trotoar sebagai ruang publik yang berfungsi sebagai sirkulasi pejalan akan selalu dilalui oleh para pejalan sehingga merupakan tempat lalu lintas pejalan yang tinggi. Namun dibandingkan dengan dua tempat usaha tersebut diatas yaitu bahu jalan/sebagian badan jalan dan halaman pertokoan/pasar, hanya sebagian kecil responden (9,2%) yang setuju untuk memilih trotoar sebagai tempat usaha. Hal ini mengingat trotoar yang ada di kawasan Pasar Minggu sebagian besar sudah dipergunakan oleh para pemilik toko dan hanya trotoar di depan stasiun kereta api Pasar Minggu yang digunakan oleh para pedagang kaki lima.

Perkembangan kegiatan-kegiatan formal yang berada di kawasan Pasar Minggu seperti pasar publik, pusat perbelanjaan, pertokoan, juga merupakan magnet bagi pedagang kaki lima untuk beraktivitas kaki lima di kawasan tersebut. Dengan adanya pasar/pusat perbelanjaan diharapkan adanya konsentrasi orang dalam jumlah besar setiap hari dan memancing pengunjung pasar tersebut untuk juga berbelanja kaki lima. Hal tersebut senada dengan apa yang dikatakan Mc Gee dan Yeung (1977) dan Machsoen (1989) bahwa pedagang kaki lima dalam melakukan aktivitas usahanya 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 komersial.

5.2.2. Jenis dan Sarana Fisik Dagangan

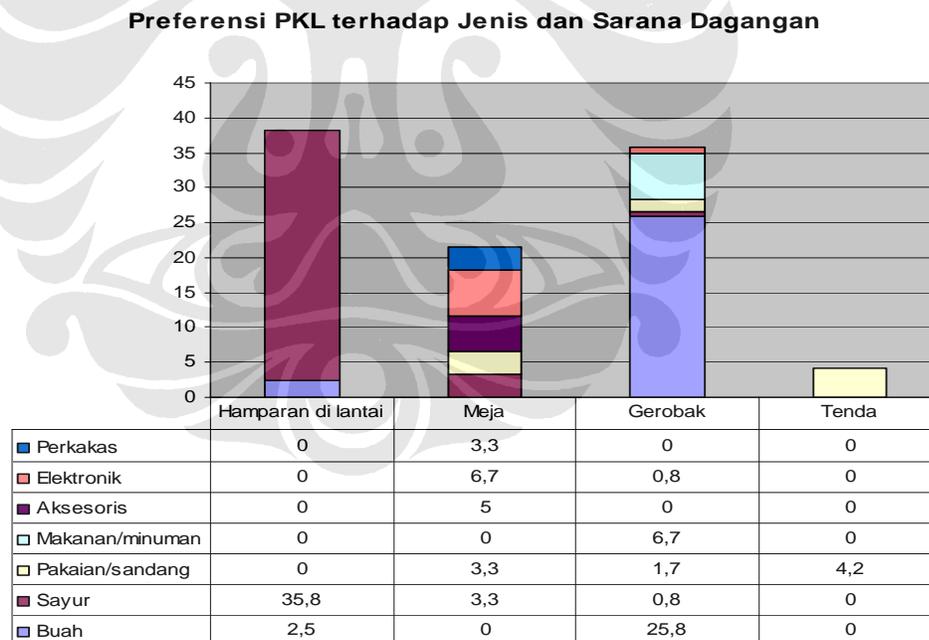
Untuk jenis dagangan dan sarana fisik yang digunakan oleh pedagang kaki lima, berdasarkan hasil olah data kuesioner diperoleh sebagai berikut :

- Sayur-mayur/lauk merupakan jenis dagangan yang paling diminati. Sebanyak 39,9,3% responden memilih jenis dagangan tersebut dengan sarana yang dipergunakan berupa hamparan di lantai, meja, dan gerobak.
- Kemudian buah-buahan menjadi komoditi pilihan kedua dengan prosentase 28,3%. Responden yang menjadikan buah-buahan sebagai komoditi

dagangannya, memilih sarana dagangan berupa hamparan di lantai dan gerobak.

- Pilihan komoditi selanjutnya adalah pakaian/sandang, sebanyak 9,2% responden memilih komoditi tersebut sebagai barang dagangannya dengan penggunaan sarana berupa tenda, meja dan gerobak.
- Dari seluruh responden, sebanyak 7,5% memilih barang elektronik sebagai komoditi dagangan dengan sarana fisik dagangan yang dipergunakan berupa meja dan gerobak.
- Adapun jenis dagangan lain yang juga diminati walaupun persentasenya lebih kecil berturut-turut adalah makanan/minuman (6,7%), aksesoris (5%), dan perkakas rumah tangga sebanyak 3,3%. Gambaran lengkapnya seperti pada tabel berikut :

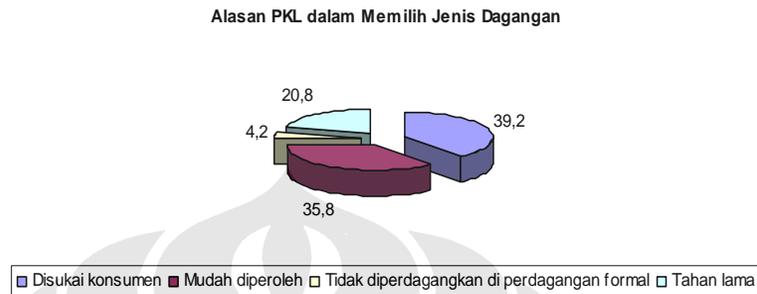
Tabel. 5.9. Preferensi PKL terhadap Jenis dan Sarana Fisik Dagangan



Sumber : Pengolahan Data 2007

Secara umum jenis dagangan yang diminati pedagang kaki lima di kawasan Pasar Minggu adalah buah-buahan, sayur-mayur, pakaian/sandang, barang-barang elektronik, dan makanan/minuman. Hal-hal yang menjadi

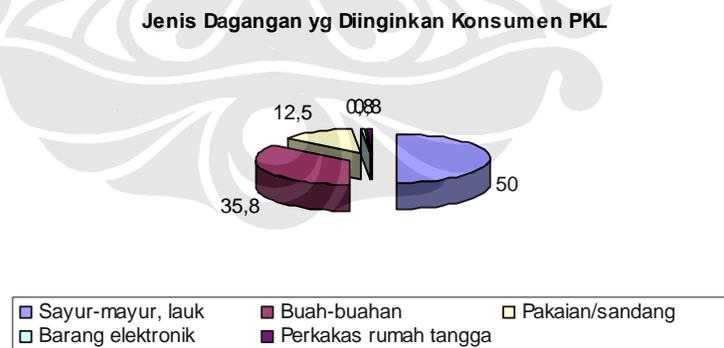
pertimbangan pedagang kaki lima dalam memilih jenis dagangan didasarkan pada alasan bahwa jenis dagangan tersebut disukai oleh konsumen dan mudah diperoleh.



Grafik 5.11. Alasan PKL dalam Memilih Jenis Dagangan

Sumber : Pengolahan Data 2007

Komoditi sayur mayur dan buah-buahan merupakan pilihan yang paling diminati oleh para pedagang kaki lima dikarenakan komoditi ini memang paling banyak diinginkan oleh konsumen. Dari hasil penelitian didapat bahwa 50% responden konsumen PKL menyukai sayur-mayur sebagai barang belanjaan, 35,8% responden menginginkan buah-buahan, 12,5% pakaian/sandang, dan barang elektronik serta perkakas rumah tangga masing-masing 0,8%.



Grafik 5.12. Jenis Dagangan yang Diinginkan Konsumen PKL

Sumber : Pengolahan Data 2007

Pemilihan jenis dagangan oleh pedagang kaki lima juga didasarkan pada aktivitas/kegiatan perdagangan formal yang berlangsung di Kawasan Pasar Minggu. Preferensi pedagang kaki lima atas komoditi sayur-mayur dan buah-

buah sebagai jenis dagangan yang paling diminati terkait dengan adanya kegiatan pasar/perdagangan formal di kawasan Pasar Minggu khususnya keberadaan pasar tradisional yaitu Pasar Inpres dan Pasar Jaya.

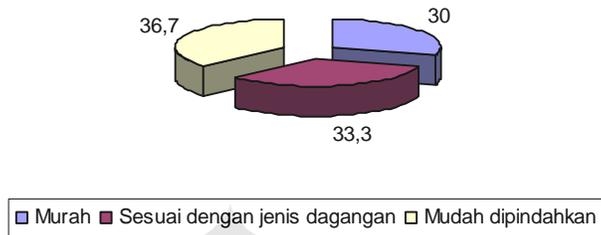
Sementara untuk pilihan komoditi pakaian/ sandang, makanan/ minuman, dan komoditi lainnya, preferensi pedagang kaki lima terhadap komoditi tersebut terkait dengan adanya kegiatan-kegiatan formal yang ada di kawasan Pasar Minggu, seperti pertokoan, pusat perbelanjaan, dan juga perkantoran. Pemilihan jenis dagangan oleh para pedagang kaki lima di kawasan Pasar Minggu sesuai seperti yang dikatakan oleh Firdausy (1995) bahwa jenis barang dagangan pedagang kaki lima umumnya adalah kebutuhan pokok sehari-hari, dan juga disesuaikan dengan aktivitas yang ada di sekitar kawasan dimana pedagang kaki lima tersebut berjualan (Mc. Gee dan Yeung, 1997).

Untuk preferensi pedagang kaki lima terhadap sarana fisik dagangan, dari tabel di atas dapat terlihat bahwa untuk sarana fisik dagangan yang paling diminati adalah sarana berupa hamparan di lantai sebanyak 38,3%. Sarana ini diminati oleh para pedagang sayur-mayur, buah-buahan, dan makanan/minuman. Sarana dagangan yang menjadi pilihan kedua responden adalah gerobak/kereta dorong. Sebanyak 21,6% responden yang terdiri dari pedagang buah-buahan dan makanan/minuman memilih gerobak sebagai sarana dagangannya.

Untuk sarana fisik dagangan berupa meja, 8,2% responden yang terdiri dari pedagang sepatu/sandal, pakaian, dan buah memilih sarana dagangan ini sebagai media untuk menggelar dagangannya. Sementara sarana berupa tenda menjadi pilihan 7,3% responden yang terdiri dari pedagang pakaian, sepatu/sandal, dan pedagang sayur. Sarana berupa pikulan merupakan pilihan responden dengan prosentase terkecil yaitu 1%, dan sarana ini hanya merupakan pilihan pedagang sepatu/sandal.

Adapun yang menjadi pertimbangan pedagang kaki lima dalam memilih sarana fisik dagangan yang akan dipergunakan adalah sarana dagangan yang mudah dipindahkan (36,7%), sarana dagangan yang sesuai dengan jenis dagangan (33,3%), dan sarana dagangan yang murah harganya (30%).

ALasan PKL dalam Memilih Sarana Dagangan



Grafik 5.13. Alasan PKL dalam Memilih Sarana Dagangan
Sumber : Pengolahan Data 2007

Seperti yang dikatakan Mc Gee dan Yeung (1977), Waworoentoe (1973) dalam Wulandari (2005), dan Pangarso (1987), bahwa bentuk sarana fisik dagangan pedagang kaki lima umumnya sangat sederhana, disesuaikan dengan jenis dagangan, dan biasanya mudah untuk dipindah-pindah atau mudah untuk dibawa dari satu tempat ke tempat lainnya. Kecenderungan pemakaian sarana fisik dagangan tersebut lebih dikarenakan sifat *mobile* dari pedagang kaki lima sehingga dari hasil penelitian terlihat bahwa pedagang kaki lima di kawasan Pasar Minggu memilih sarana dagangan berupa hamparan di lantai dan gerobak sebagai sarana dagangan yang paling diminati. Pemilihan sarana dagangan berupa hamparan di lantai dan gerobak/kereta dorong didasarkan pada alasan bahwa sarana dagangan tersebut mudah untuk dipindahkan. Kecenderungan pemakaian sarana fisik tersebut lebih dikarenakan sifat *mobile* dari pedagang kaki lima. Para pedagang kaki lima beranggapan bahwa dengan menggunakan sarana dagangan berupa hamparan di lantai dan gerobak akan mempermudah mereka untuk mengangkut barang dagangan jika mereka diharuskan untuk pindah lokasi (ada penertiban).

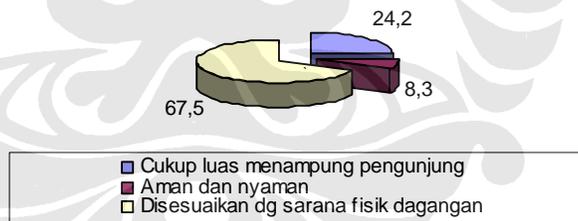
Dari hasil penelitian juga diperoleh bahwa ada keterkaitan antara pemilihan sarana dagangan yang digunakan dengan jenis dagangan, sehingga terlihat bahwa untuk komoditi seperti sayur-mayur cenderung untuk memilih hamparan di lantai sebagai sarana fisik dagangannya, sementara untuk komoditi buah-buahan lebih cenderung memilih gerobak/kereta dorong. Untuk sarana

dagangan berupa meja/jongko dan tenda untuk komoditi yang bersifat kering seperti pakaian, sepatu/sandal.

Keterkaitan antara jenis dagangan dengan sarana dagangan yang digunakan juga tampak dari aktivitas sehari-hari yang terjadi di kawasan Pasar Minggu. Di wilayah penelitian ini, tampak penggunaan gerobak/kereta dorong oleh para pedagang kaki lima yang menjual buah-buahan, kemudian hamparan di lantai untuk pedagang kaki lima yang menjual sayur-mayur dan rempah/bumbu dapur, meja/jongko digunakan oleh pedagang kaki lima yang menjual sepatu/sandal, dompet, kaca mata,dll. Sedangkan untuk sarana dagangan berupa tenda, banyak dipergunakan oleh pedagang kaki lima yang jenis dagangannya berupa baju, celana panjang, dan tas.

Preferensi pedagang kaki lima terhadap ukuran ruang usaha, berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa sebagian besar responden pedagang kaki lima dalam menentukan luasan ruang usaha yang akan dipergunakan disesuaikan dengan sarana fisik dagangannya. Hal ini dapat dilihat pada grafik berikut :

Alasan PKL dalam Menentukan Luas Ruang Usaha



Grafik 5.14. Alasan PKL dalam Menentukan Luas Ruang Usaha

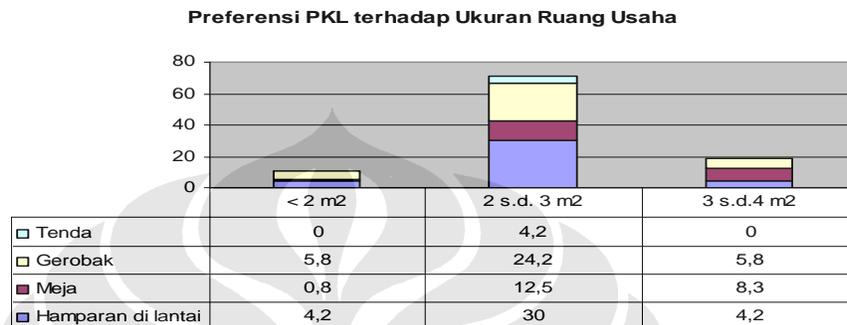
Sumber : Pengolahan Data 2007

Dari grafik di atas terlihat bahwa alasan utama pedagang kaki lima dalam menentukan ukuran ruang usahanya adalah disesuaikan dengan sarana fisik dagangan (67,5,2%). Kemudian alasan berikutnya berturut-turut adalah cukup luas menampung pengunjung (24,2,5%) dan aman dan nyaman (8,3%).

Pada umumnya pedagang kaki lima dalam melakukan aktivitas tidak membutuhkan ruang yang luas (Firdausy,1995) dan luas ruang usaha disesuaikan dengan sarana fisik dagangan yang dipergunakan (Wawoeroentoe,1973, dalam

Wulandari, 2005), sehingga dari hasil penelitian diperoleh bahwa ukuran ruang usaha yang dipilih oleh sebagian besar responden pedagang kaki lima adalah ruang usaha dengan luas sekitar 2-3 meter persegi.

Tabel 5.10. Preferensi PKL terhadap Ukuran Ruang Usaha



Sumber : Pengolahan Data 2007

Dari tabel di atas terlihat bahwa ukuran ruang usaha yang paling diminati oleh pedagang kaki lima di kawasan Pasar Minggu adalah ruang usaha dengan ukuran luas 2-3 meter persegi (70,9%), kemudian ruang usaha dengan luas 3-4 meter persegi sebesar 18,3%, dan kurang dari 2 meter persegi dipilih oleh 10,8% responden.

Dari tabel di atas juga terlihat adanya keterkaitan antara pemilihan ukuran ruang usaha dengan sarana fisik dagangan yang digunakan, sehingga didapat bahwa untuk para pedagang kaki lima yang memilih hampanan di lantai sebagai sarana dagangannya, sebagian besar memilih ukuran ruang usaha dengan luas antara 2 sampai dengan 3 meter persegi. Sementara untuk sarana dagangan berupa gerobak, sebagian besar pedagang kaki lima memilih ukuran ruang usaha dengan luas kurang dari 2 s.d. 3 meter persegi. Untuk ukuran ruang usaha dengan luas antara 3 sampai dengan 4 meter persegi, sebagian besar dipilih oleh pedagang kaki lima yang memilih tenda sebagai sarana dagangannya.

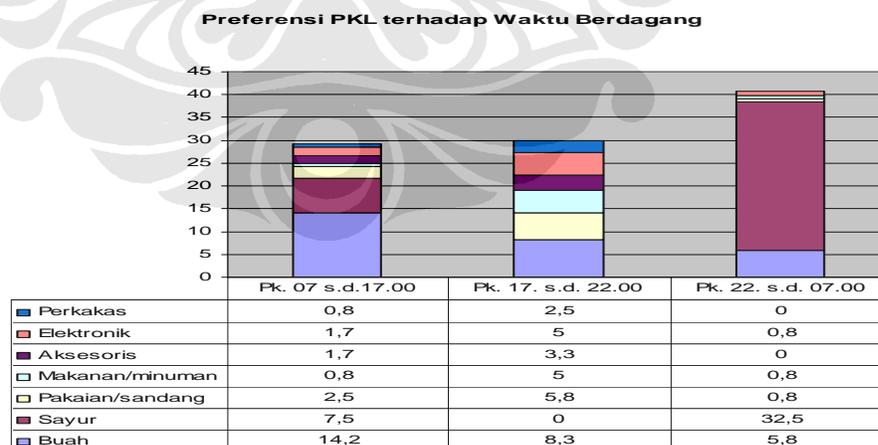
Selain menyesuaikan dengan sarana fisik dagangan yang dipergunakan, dari hasil wawancara dengan responden pedagang kaki lima diperoleh bahwa dalam menentukan luas ruang usaha yang akan dipakai, pedagang kaki lima di

kawasan Pasar Minggu juga mempertimbangkan keberadaan pedagang-pedagang kaki lima yang lainnya. Mereka tidak memerlukan ruang yang luas agar rekan mereka sesama pedagang kaki lima dapat juga mendapat tempat untuk menggelar dagangannya. Mungkin ini merupakan salah satu alasan mengapa dari 120 responden tidak satupun yang memilih ukuran ruang usaha dengan luas lebih dari 4 meter persegi sebagai luas ruang usaha mereka.

5.2.3. Waktu Berdagang dan Pola Pelayanan

Dari ketiga waktu berdagang yang berlangsung di kawasan Pasar Minggu tersebut, ternyata berdasarkan hasil penelitian didapat bahwa waktu berdagang yang paling diminati pedagang kaki lima untuk melakukan aktivitas perdagangannya adalah pada waktu malam sampai dengan pagi hari, yaitu mulai pukul 22.00 sampai dengan pukul 07.00. Sebanyak 40,7% responden memilih waktu tersebut sebagai waktu berdagang dan didominasi oleh pedagang kaki lima dengan jenis dagangan berupa sayur-mayur, kemudian 29,9% memilih waktu berdagang antara pkl. 17.00 s.d. 22.00, dan sebanyak 29,2% responden memilih pkl. 07.00 s.d. 17.00 untuk melakukan aktivitas kaki limanya.

Tabel 5.11. Preferensi PKL terhadap Waktu Berdagang



Sumber : Pengolahan Data 2007

Dari tabel di atas terlihat bahwa preferensi para pedagang kaki lima terhadap waktu berdagang sesuai seperti yang dikatakan oleh Mc. Gee dan Yeung (1977) bahwa pola aktivitas pedagang kaki lima menyesuaikan terhadap irama

dari kehidupan masyarakat sehari-hari dan penentuan periode waktu berdagang pedagang kaki lima didasarkan pula atau sesuai dengan perilaku kegiatan formal dan aktivitas yang berlangsung di kawasan tersebut.

Dari tabel di atas juga didapat bahwa ada keterkaitan antara pilihan waktu berdagang dengan pilihan jenis dagangan, sehingga tampak bahwa untuk pilihan waktu berdagang yang berlangsung pada pukul 07.00 s.d. 17.00, jenis dagangan yang diminati pedagang kaki lima meliputi semua jenis dagangan namun yang dominan adalah buah-buahan dan sayur-mayur. Aktivitas pedagang kaki lima pada pagi sampai dengan sore hari ini terkait dengan keberadaan pasar tradisional yaitu pasar PD Pasar Jaya dan pasar Inpres yang ada di kawasan Pasar Minggu, sehingga jenis dagangan yang dipilih oleh pedagang pagi meliputi jenis barang dagangan yang hampir sama dengan seperti yang dijual di kedua pasar tradisional tersebut.

Kemudian untuk waktu dagang yang dimulai dari pukul 17.00 s.d. 22.00, jenis dagangan yang diminati meliputi hampir semua jenis dagangan kecuali sayur-mayur. Pilihan jenis dagangan tersebut terkait dengan adanya aktivitas perdagangan berupa pusat perbelanjaan seperti Ramayana, Borobudur, dan Robinson. Selain itu juga pada waktu berdagang antara pukul 17.00 sampai dengan 22.00 tersebut terjadi konsentrasi orang-orang setelah beraktivitas kerja di sepanjang jalan di kawasan Pasar Minggu, hal ini menyebabkan pedagang kaki lima yang memilih waktu dagangan antara pukul 17.00 s.d. 22.00 cenderung untuk memilih jenis dagangan yang bersifat *non wet market* seperti pakaian dan sepatu/sandal.

Sementara untuk pilihan waktu berdagang yang berlangsung pada malam sampai dengan pagi hari (pukul 22.00 s.d. 07.00) yang merupakan waktu berdagang yang paling banyak diminati pedagang kaki lima, maka jenis dagangan yang cenderung dipilih pedagang kaki lima hanya komoditi sayur-mayur dan buah-buahan.

Dari hasil penelitian juga diperoleh bahwa alasan sebagian besar responden dalam memilih waktu berdagang adalah kunjungan konsumen dan merupakan waktu yang aman dan nyaman. Bagi responden yang memilih waktu

berdagang pagi s.d. sore, dan sore s.d. malam, beranggapan bahwa pada waktu tersebut terjadi konsentrasi pengunjung/konsumen yang cukup padat, sedangkan untuk responden yang memilih waktu berdagang malam s.d. pagi hari menganggap kalau waktu berdagang tersebut merupakan waktu yang aman bagi mereka untuk berjualan karena mereka mendapatkan fasilitas dari pihak-pihak tertentu dan mereka beranggapan bahwa keberadaan mereka tidak mengganggu penggunaan jalan.

Adanya fasilitas pada kegiatan pedagang kaki lima pada waktu malam s.d. pagi hari terlihat dari tata letak pedagang kaki lima yang teratur dan masing-masing pedagang mendapat lampu neon sebagai sarana penerangan. Atas kondisi tersebut terlihat bahwa keberadaan pedagang kaki lima mendapatkan perlindungan dari pihak-pihak tertentu dalam melakukan aktivitas kaki limanya di kawasan Pasar Minggu. Hal ini sangat kontras untuk pedagang yang beraktivitas pada pagi dan sore hari, pedagang kaki lima yang melakukan aktivitas pada waktu tersebut sering kali menjadi sasaran penertiban yang dilakukan oleh aparat Pemda. Mereka dianggap mengganggu lalu lintas karena menggelar dagangannya di badan jalan.

Tabel 5.12. Alasan Memilih Waktu Berdagang

Waktu Berdagang * Alasan memilih waktu berdagang Crosstabulation

		Alasan memilih waktu berdagang			Total	
		banyak konsumen pada waktu tersebut	aman dan nyaman	menyesuaikan dg aktivitas stempat		
Waktu Berdagang	pagi s.d. sore	Count	29	6	5	40
		% of Total	24,2%	5,0%	4,2%	33,3%
	sore s.d. malam	Count	34	3	3	40
		% of Total	28,3%	2,5%	2,5%	33,3%
	malam s.d. pagi	Count	0	40	0	40
		% of Total	,0%	33,3%	,0%	33,3%
Total	Count	63	49	8	120	
	% of Total	52,5%	40,8%	6,7%	100,0%	

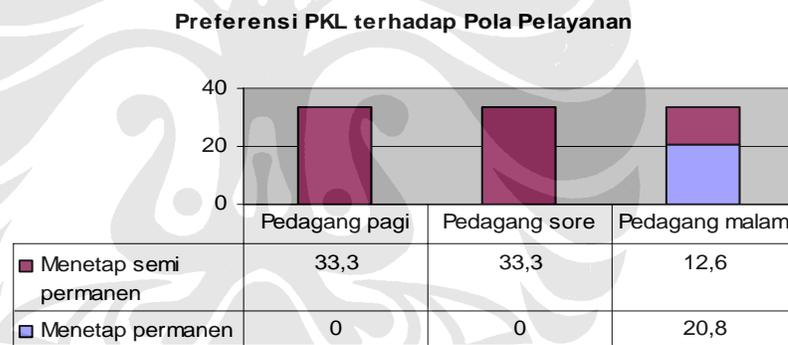
Sumber : Pengolahan Data 2007

Analisis mengenai pola pelayanan (cara berjualan) pedagang kaki lima untuk mengetahui cara pedagang kaki lima berlokasi sebagai pedagang kaki lima menetap (permanen dan semi permanen) atau pedagang kaki lima tidak menetap

(berkeliling). Di wilayah penelitian, kawasan Pasar Minggu, diperoleh bahwa cara berjualan pedagang kaki lima ada 2 (dua) cara yaitu menetap permanen dan semi permanen. Pedagang kaki lima yang menetap permanen umumnya berlokasi di dalam Pasar PD Pasar Jaya dan sebagian di trotoar depan stasiun kereta api (yang dikenal dengan tenda biru). Sementara untuk para pedagang kaki lima yang berjualan di tepi jalan memilih cara berjualan dengan menetap semi permanen.

Dari hasil penelitian didapat bahwa preferensi pedagang kaki lima terhadap pola pelayanan atau cara berjualan, sebagian besar responden 79,2% memilih untuk berjualan dengan cara menetap semi permanen. Sedangkan untuk menetap permanen hanya 20,8% responden yang menyatakan setuju dengan pilihan cara berjualan menetap permanen.

Tabel 5.13. Preferensi PKL terhadap Pola Pelayanan



Sumber : Pengolahan Data 2007

Dari tabel di atas terlihat bahwa hanya pedagang malam yang memiliki keinginan untuk menetap permanen dalam berdagang. Para pedagang malam memilih menetap secara permanen dengan alasan mereka telah memiliki pelanggan tetap. Pola pelayanan pedagang kaki lima yang menetap mencerminkan bahwa pedagang kaki lima selalu ingin dikenal oleh pengunjung suatu lokasi sehingga mereka akan lebih mudah mengembangkan usahanya daripada mereka harus berpindah-pindah tempat atau berkeliling.

Dengan menempati lokasi yang tetap dan waktu berdagang yang tetap memungkinkan mereka memiliki pelanggan yang tetap, oleh karenanya pedagang

kaki lima dengan pola pelayanan menetap permanen ini tidak perlu berdagang berpindah-pindah tempat atau berkeliling. Dengan berdagang menetap diharapkan pembeli datang dengan sendirinya mencari pedagang kaki lima.

Pedagang kaki lima dengan pola pelayanan menetap di wilayah penelitian ini mereka berkelompok dengan pedagang yang sejenis, walaupun dalam satu lokasi terdiri dari beberapa kelompok jenis pedagang. Hal ini sesuai dengan watak pedagang kaki lima yang saling mendukung antara pedagang yang sejenis atau antara pedagang yang jenis dagangannya berkaitan erat.

Tabel 5.14. Alasan Memilih Pola Pelayanan

Waktu Berdagang * Alasan memilih pola pelayanan Crosstabulation

			Alasan memilih pola pelayanan				Total
			memiliki pelanggan tetap	tempat berdagang strategis	mencari pembeli	tidak memiliki tempat usaha	
Waktu Berdagang	pagi s.d. sore	Count	0	35	3	2	40
		% of Total	,0%	29,2%	2,5%	1,7%	33,3%
	sore s.d. malam	Count	0	40	0	0	40
		% of Total	,0%	33,3%	,0%	,0%	33,3%
	malam s.d. pagi	Count	36	4	0	0	40
		% of Total	30,0%	3,3%	,0%	,0%	33,3%
Total	Count	36	79	3	2	120	
	% of Total	30,0%	65,8%	2,5%	1,7%	100,0%	

Sumber : Pengolahan Data 2007

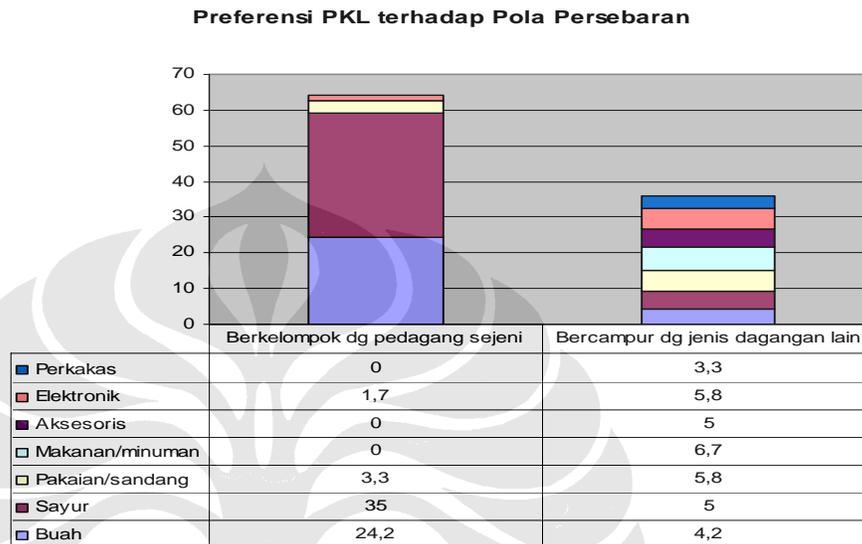
Dari tabel di atas juga terlihat bahwa kecenderungan pedagang pagi dan sore memilih pola pelayanan berdagang secara menetap semi permanen. Alasan responden yang memilih cara berjualan seperti ini adalah bahwa mereka merasa lokasi usaha yang selama ini mereka tempati merupakan tempat berdagang yang strategis namun mereka tidak memiliki tempat usaha yang tetap.

5.2.4. Pola Persebaran

Berdasarkan dari survey primer dengan kuesioner ternyata diperoleh bahwa pedagang kaki lima di kawasan Pasar Minggu berkeinginan atau lebih suka bila dalam berdagang berkelompok dengan pedagang sejenis. Sebanyak 64,2% responden yang terdiri dari pedagang sayur-mayur, buah-buahan, pakaian/sandang, dan barang elektronik memilih berkelompok dengan pedagang yang sejenis dalam melakukan aktivitas dagangnya. Selebihnya yaitu sebanyak

35,8% responden, dalam berdagang memilih untuk bercampur dengan jenis dagangan lain.

Tabel 5.15. Preferensi PKL terhadap Pola Persebaran



Sumber : Pengolahan Data 2007

Dari hasil pengamatan visual dan olah data primer, preferensi pedagang kaki lima di kawasan Pasar Minggu terhadap pola persebaran adalah dalam bentuk bercampur memanjang dengan jenis dagangan lain dan berkelompok memanjang dengan pedagang sejenis

Yang dimaksud dengan bercampur memanjang dengan jenis dagangan lain adalah pedagang kaki lima berkumpul dengan pedagang kaki lima lainnya yang memiliki jenis dagangan yang berbeda dan mereka memanjang (*linier agglomeration*) dalam berjualan. 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 (Mc Gee dan Yeung ,1977) Sedangkan yang dimaksud dengan berkelompok memanjang dengan pedagang sejenis adalah pedagang kaki lima bercampur dengan pedagang lain yang jenis dagangannya sama seperti buah dengan sayur dan mereka memanjang (*linier agglomeration*) dalam berjualan.

Untuk pedagang kaki lima yang memilih bercampur dengan jenis dagangan lain beralasan bahwa dengan bercampur dengan jenis dagangan lain akan dapat menarik pembeli sekaligus mengurangi persaingan karena jenis barang yang dijual beraneka ragam.

Sementara cara berdagang dengan berkelompok memanjang dengan pedagang sejenis sebagian merupakan preferensi pedagang kaki lima yang menjual komoditi yang bersifat kering seperti pakaian, sepatu/sandal, makanan/minuman, dll. Mereka cenderung tidak ingin bercampur dengan pedagang kaki lima yang menjual barang-barang basah, seperti sayur, buah, rempah/bumbu.

Pola penyebaran yang pedagang kaki lima di wilayah penelitian sesuai dengan preferensi pedagang kaki lima serta sesuai dengan yang dikatakan Mc Gee dan Yeung (1977) bahwa pedagang kaki lima dalam melaksanakan aktivitasnya lebih suka beraglomerasi (berjualan berkelompok) sebagai salah satu cara untuk dapat menarik pembeli/pengunjung, karena pedagang kaki lima cenderung melakukan kerja sama atau saling mendukung dengan pedagang kaki lima lain yang sejenis atau yang berkaitan erat dengan jenis usahanya.

Pada wilayah penelitian (kawasan Pasar Minggu) , para pedagang kaki lima berada di bahu jalan/sebagian badan jalan berderet memanjang. Hal ini dikarenakan badan jalan sebagai sirkulasi pejalan cukup ramai dilalui pejalan dan pengendara serta mudah terlihat oleh kendaraan yang lalu lalang. Keadaan ini menjadi daya tarik para pedagang kaki lima beraktivitas dan beraglomerasi untuk menjajakan dagangannya karena dapat dengan mudah dilihat oleh pengunjung dan letaknya di tepi jalan sehingga mudah dicapai para pengunjung.

Pola sebaran pedagang kaki lima yang menempati badan jalan dan trotoar di wilayah penelitian adalah aglomerasi linear, karena memang sifat pedagang kaki lima berkelompok di sepanjang jalan dan jalur pejalan memanfaatkan pejalan yang melalui sepanjang jalur jalan yang dipergunakan pedagang kaki lima dan mengikuti pola jaringan jalan yang ada agar keberadaannya di sepanjang bahu/tepi jalan juga untuk dapat terlihat dan menarik para pengendara.

taman, dll) untuk menjalankan usahanya, akibatnya ruang publik tersebut tidak dapat dimanfaatkan oleh penggunanya dengan baik sesuai fungsinya.

Fenomena pemanfaatan ruang publik oleh Pedagang Kaki Lima tersebut kemudian direspon oleh Pemerintah Kotamadya Jakarta Selatan melalui penataan lokasi usaha PKL. Untuk aktivitas pedagang kaki lima di kawasan Pasar Minggu tersebut, salah satu upaya penataan fisik yang dilakukan adalah penataan dalam bentuk removal/pemindahan, yaitu menyediakan lokasi baru bagi para pedagang kaki lima (Mc. Gee & Yeung, 1977).

Penyediaan lokasi baru bagi para pedagang kaki lima dilakukan dengan membebaskan lahan milik warga yang terletak di belakang terminal angkutan Pasar Minggu seluas 8.498 m² sebagai lokasi baru bagi usaha para pedagang kaki lima dengan tujuan menyediakan tempat usaha bagi pedagang kaki lima dalam satu lokasi yang tertib, layak, dan memadai baik ditinjau dari segi kebersihan, keindahan, keamanan, dan kenyamanan. Namun keberadaan Tempat Penampungan PKL tersebut tidak dimanfaatkan oleh para pedagang kaki lima, mereka memilih tetap melakukan aktivitas kaki limanya di badan-badan jalan dan trotoar.

Seperti yang dikatakan 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. Jika pemerintah kota ingin memindahkan sektor informal pedagang kaki lima ke lokasi dan tempat yang baru, maka yang harus dilakukan adalah rancangan tempat usaha yang hati-hati, tingkat harga sewa yang memadai dan rencana terperinci dari lokasi tersebut. Pemindahan sektor informal pedagang kaki lima walau hanya berjarak 1 blok dari tempat semula seringkali sangat berpengaruh pada usahanya sehingga mereka selalu berusaha menduduki kembali lokasi sebelumnya.

Hal yang sama juga diutarakan oleh John Cross berdasarkan hasil penelitiannya tahun 1995 seperti yang dikutip Yetty Sarjono (2005) tentang kegagalan formalisasi di Mexico City, dikatakan bahwa dari identifikasi hasil

penelitian kegagalan upaya formalisasi kaki lima dapat dilihat dari dua aspek, yaitu secara ekonomis proyek plaza tidak menguntungkan bagi para pedagang dari sisi pendapatan, dan dari segi konstruksi desain fisik proyek plaza kurang strategis, karena tidak tepatnya tempat yang dijadikan proyek plaza (kurang strategis) sehingga sepi dari pembeli.

Berkenaan dengan pendapat di atas mungkin saja Tempat Penampungan PKL Pasar Minggu salah tempat sehingga tidak ada satupun pedagang kaki lima di Kawasan Pasar Minggu yang berminat untuk memanfaatkan tempat penampungan tersebut sebagai lokasi usahanya, akibatnya Tempat penampungan PKL yang merupakan aset milik Pemerintah Provinsi DKI Jakarta tersebut dalam posisi *idle*.

Sesuai yang 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*", yaitu aset harus dipergunakan sesuai dengan peruntukannya.

Analisis kesesuaian Tempat Penampungan PKL Pasar Minggu berdasarkan preferensi pedagang kaki lima ini dilakukan untuk mengetahui apakah masih ada kemungkinan untuk memanfaatkan kembali aset yang *idle* tersebut (dalam hal ini Tempat Penampungan PKL Pasar Minggu).

5.3.1. Lokasi Usaha PKL

Lokasi tempat penampungan yang terletak di belakang terminal dan berdampingan dengan pasar yang dikelola oleh PD Pasar Jaya serta dikelilingi oleh para pedagang kaki lima lainnya menjadikan tempat penampungan PKL Pasar Minggu bukan saja tidak terlihat dari jalan raya karena terhalangi oleh bangunan lain, tetapi juga sepi dari lalu lalang orang dan kendaraan, padahal yang terutama bagi para PKL adalah tempat yang strategis dan pada jalan sirkulasi orang yang ramai karena pola dasar pemilihan lokasi para PKL adalah

“menjemput bola” (Alisyahbana, 2005). Kondisi inilah yang dianggap oleh para pedagang kaki lima sebagai salah satu penyebab sepi pembeli yang berbelanja di tempat penampungan PKL Pasar Minggu.

Masalah lokasi merupakan sesuatu yang dilematis, di satu sisi kecenderungan pedagang kaki lima dalam menentukan lokasi berdagang adalah menginginkan lokasi yang strategis yang ramai dilalui pejalan kaki dan terlihat dari jalan raya seperti badan jalan dan trotoar, namun di sisi lain tempat-tempat tersebut lebih merupakan ruang-ruang publik yang diperuntukkan bukan untuk usaha. Dan Pemda sendiri memiliki keterbatasan menyediakan lahan untuk usaha kaki lima sehingga dalam menentukan lokasi baru bagi pedagang kaki lima, Pemda memanfaatkan lahan yang tersedia tanpa memperhatikan apakah lokasi lahan tersebut sesuai dengan yang diinginkan oleh pedagang kaki lima. Bagi pedagang kaki lima, lokasi merupakan hal yang paling utama bagi mereka dalam melakukan aktivitas berdagang, dengan sifat *mobile* dari pedagang kaki lima akan terus mencari lokasi-lokasi yang strategis untuk berdagang.

Atas kondisi tersebut, akibatnya seringkali dalam upaya penyediaan lokasi baru bagi pedagang kaki lima mengalami kegagalan karena lokasi yang disediakan oleh Pemda tidak sesuai dengan yang diinginkan. Pedagang kaki lima enggan untuk dipindahkan karena merasa lokasi yang baru tidak strategis seperti lokasi yang selama ini mereka tempati. Kondisi seperti inilah yang terjadi di Kawasan Pasar Minggu. Dengan dipindahkannya lokasi pedagang kaki lima dari lokasi yang ramai dan terletak di depan jalan raya ke lokasi yang berada di belakang terminal merupakan salah satu alasan tidak dimanfaatkannya tempat penampungan PKL Pasar Minggu sebagai lokasi usaha bagi pedagang kaki lima.

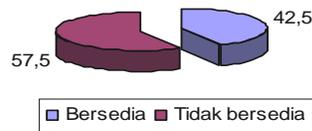
Dari hasil penelitian didapat bahwa preferensi pedagang kaki lima terhadap lokasi untuk pedagang kaki lima pagi dan sore cenderung mendekati lokasi-lokasi perdagangan formal dan tempat dimana terjadi akumulasi orang dalam jumlah banyak. Sementara untuk pedagang kaki lima malam, preferensi pedagang kaki lima terhadap lokasi usaha cenderung mendekati lokasi yang dekat dengan barang dagangan diturunkan.

Pemilihan lokasi oleh pedagang kaki lima lebih didasarkan pada pola belanja dari masing-masing konsumen. Konsumen yang berbelanja pada waktu pagi s.d. malam, sebagian besar adalah konsumen yang tidak dengan khusus datang ke Kawasan Pasar Minggu untuk berbelanja sehingga pedagang kaki lima pada waktu berdagang ini cenderung untuk mencari lokasi-lokasi dagang yang mendekati konsumen. Faktor aksesibilitas dan visibilitas merupakan faktor yang menjadi pertimbangan pedagang kaki lima ini dalam menentukan lokasi berdagang. Aksesibilitas diartikan bahwa lokasi tersebut harus mudah dicapai oleh pengunjung/konsumen baik dengan berjalan maupun dengan kendaraan. Visibilitas dimaksudkan bahwa lokasi berdagang haruslah terlihat/tampak dari jalan raya. (Alisjahbana, 2006 , dan Joedo ,1997)

Sementara untuk pedagang kaki lima malam, berdasarkan pola belanja konsumen sebenarnya dapat berlokasi di mana saja atau dengan kata lain lokasi pedagang malam tidak harus berada di lokasi-lokasi pedagang kaki lima, hal ini dikarenakan pola belanja konsumen dari pedagang malam yang memang bertujuan untuk berbelanja di kaki lima.

Dari hasil penelitian juga diperoleh bahwa sebagian besar konsumen pedagang kaki lima malam tidak berkeberatan untuk tetap berbelanja di kaki lima jika lokasi pedagang kaki lima dipindah ke tempat penampungan, mereka beralasan bahwa tujuan mereka memang untuk berbelanja di kaki lima. Sedangkan untuk konsumen PKL pagi dan sore, sebagian besar dari mereka tidak bersedia untuk tetap berbelanja di kaki lima jika lokasi kaki lima dipindah ke Tempat Penampungan PKL.

Kesediaan Konsumen Berbelanja jika Lokasi PKL Dipindah



Grafik 5.15. Kesediaan Konsumen PKL Berbelanja Jika Lokasi PKL Pindah

Sumber : Pengolahan Data 2007

Atas kondisi tersebut di atas, maka dari sisi lokasi dapat dikatakan bahwa Tempat Penampungan PKL masih dapat dimanfaatkan oleh pedagang kaki lima yang beraktivitas malam s.d. pagi.

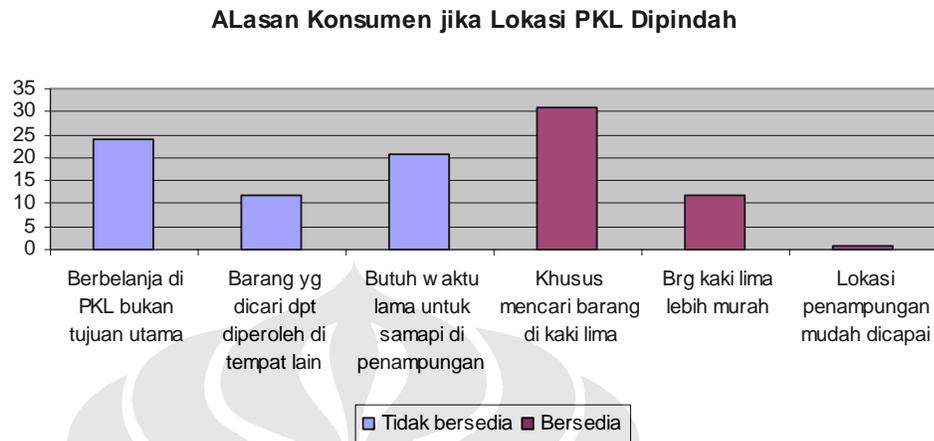
5.3.2. Jenis Dagangan PKL

Dari hasil penelitian diperoleh bahwa preferensi pedagang kaki lima terhadap jenis dagangan selain dipengaruhi oleh aktivitas perdagangan formal di kawasan tersebut juga dipengaruhi oleh pola belanja dari masing-masing konsumen. Jenis dagangan yang dijual oleh PKL di Pasar Minggu cukup bervariasi namun memiliki sifat yang berbeda antara jenis dagangan yang dijual oleh PKL pagi, sore, dan malam.

Untuk pedagang kaki lima pagi dan sore, jenis dagangan menyesuaikan dengan kegiatan perdagangan formal yang berlangsung pada saat itu sehingga sifat dari barang dagangan yang dijual adalah melengkapi atau sebagai alternatif bagi konsumen yang berbelanja barang sejenis dengan harga yang lebih murah.

Sementara untuk jenis dagangan yang dijual pedagang kaki lima didasarkan pada kebutuhan dari konsumen berupa sayur-mayur dan buah-buahan dan sifat barang yang dijual tersebut untuk menggantikan barang-barang yang tidak diperdagangkan di perdagangan formal pada saat itu.

Tabel 5.16. Alasan Konsumen jika Lokasi PKL Dipindah.



Sumber : Pengolahan Data 2007

Atas kondisi tersebut di atas, maka dari sifat jenis dagangan pedagang kaki lima, Tempat Penampungan PKL sebenarnya masih dapat dimanfaatkan oleh pedagang kaki lima malam dan komoditi yang dijual adalah sayur-mayur dan buah-buahan.

5.3.3. Ukuran Ruang Usaha PKL

Dari hasil penelitian diperoleh bahwa diantara PKL pagi, sore, dan malam, PKL malam lebih cenderung memiliki keseragaman dibandingkan dengan PKL pagi dan sore dalam menentukan luas ruang usaha yang dibutuhkan. Sebagian besar mereka hanya membutuhkan ruang dengan luas sekitar 2 s.d. 3 meter persegi.

Dengan kebutuhan tersebut dapat diperkirakan bahwa PKL malam hanya membutuhkan ruang sekitar 4 s.d. 5 ribu meter persegi sebagai ruang aktivitasnya dan jika dibandingkan dengan kondisi yang ada di Tempat Penampungan PKL dimana luasan penampungan 8.498 m², maka dapat dikatakan bahwa tempat penampungan cukup untuk menampung PKL malam.

Tabel 5.17. Preferensi PKL terhadap Ukuran Ruang Usaha berdasarkan Waktu Berdagang.

Waktu Berdagang * Ukuran ruang usaha yg diinginkan Crosstabulation

			Ukuran ruang usaha yg diinginkan			Total
			< 2 m2	2 s.d. 3 m2	3 s.d. 4 m2	
Waktu Berdagang	pagi s.d. sore	Count	11	27	2	40
		% of Total	9,2%	22,5%	1,7%	33,3%
	sore s.d. malam	Count	2	24	14	40
		% of Total	1,7%	20,0%	11,7%	33,3%
	malam s.d. pagi	Count	0	34	6	40
		% of Total	,0%	28,3%	5,0%	33,3%
Total	Count	13	85	22	120	
	% of Total	10,8%	70,8%	18,3%	100,0%	

Sumber : Pengolahan Data 2007

5.3.4. Pola Pelayanan PKL

Dari hasil penelitian juga diperoleh bahwa PKL malam cenderung lebih memiliki keseragaman dibandingkan dengan PKL pagi dan sore dalam menentukan pola pelayanan dalam berdagang, sebagian besar PKL malam memilih untuk berdagang secara menetap permanen. Jika dibandingkan dengan kondisi Tempat Penampungan PKL, maka preferensi PKL malam tersebut dapat dikatakan sesuai dengan pola pelayanan di Tempat Penampungan PKL.

Tabel 5.18. Preferensi PKL terhadap Pola Pelayanan berdasarkan Waktu Berdagang.

Waktu Berdagang * Pola pelayanan yang diinginkan Crosstabulation

			Pola pelayanan yang diinginkan		Total
			menetap permanen	menetap semi permanen	
Waktu Berdagang	pagi s.d. sore	Count	0	40	40
		% of Total	,0%	33,3%	33,3%
	sore s.d. malam	Count	0	40	40
		% of Total	,0%	33,3%	33,3%
	malam s.d. pagi	Count	25	15	40
		% of Total	20,8%	12,5%	33,3%
Total	Count	25	95	120	
	% of Total	20,8%	79,2%	100,0%	

Sumber : Pengolahan Data 2007

5.3.5. Pola Persebaran

Seperti halnya pada preferensi PKL terhadap ukuran ruang usaha dan pola pelayanan, PKL malam cenderung lebih memiliki keseragaman dibandingkan dengan PKL pagi dan sore dalam memilih tata letak berdagang. Preferensi sebagian besar PKL malam untuk mengelompok dengan pedagang sejenis akan memudahkan pengaturan tata letak berdagang di Tempat Penampungan PKL.

Tabel 5.19. Preferensi PKL terhadap Tata Letak Berdagang berdasarkan Waktu Berdagang.

Waktu Berdagang * Tata letak berdagang yang diinginkan Crosstabulation

		Tata letak berdagang yang diinginkan		
		berkelompok dengan pedagang sejenis	bercampur dengan jenis dagangan lain	Total
Waktu Berdagang	pagi s.d. sore	Count 27	13	40
		% of Total 22,5%	10,8%	33,3%
	sore s.d. malam	Count 14	26	40
		% of Total 11,7%	21,7%	33,3%
	malam s.d. pagi	Count 36	4	40
		% of Total 30,0%	3,3%	33,3%
Total		Count 77	43	120
		% of Total 64,2%	35,8%	100,0%

Sumber : Pengolahan Data 2007

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa PKL malam lebih berpotensi untuk memanfaatkan Tempat Penampungan PKL Pasar Minggu, hanya saja masih ada yang harus dibenahi, antara lain pemindahan lokasi tempat penurunan barang dagangan dan ukuran ruang usaha.

Pada tabel 5.7. di halaman 65 terlihat bahwa dalam menentukan lokasi berdagang, PKL malam cenderung untuk mendekati lokasi-lokasi yang dekat dengan tempat barang dagangan diturunkan, dan pada gambar 5.3 tentang persebaran PKL malam, terdapat dua lokasi tempat barang dagangan diturunkan yaitu di Jl. Raya Ragunan dan di perempatan lampu merah atau tepatnya di depan underpass sehingga harus ada upaya untuk memindahkan lokasi penurunan barang dagangan agar memudahkan PKL malam dalam mencapai Tempat Penampungan PKL. Dikarenakan lokasi Tempat Penampungan PKL Pasar Minggu terletak persis di belakang terminal, maka sebagai alternatif pengganti tempat penurunan

barang dagangan dapat dipergunakan terminal. Terminal merupakan lokasi alternatif yang tepat selain letaknya yang berdampingan dengan Tempat Penampungan PKL, terminal juga memiliki dua pintu masuk dan keluar sehingga antrian kendaraan untuk memasuki terminal dapat dihindarkan. Terhadap ukuran ruang usaha juga harus ditata kembali menyesuaikan dengan ukuran yang standar dipergunakan oleh pedagang kaki lima sehingga daya tampung Tempat Penampungan PKL dapat bertambah.

Sementara untuk pedagang kaki lima pagi dan sore sangat sulit untuk dapat dimasukkan ke dalam Tempat Penampungan PKL, hal ini dikarenakan karakteristik lokasi PKL pagi dan sore tidak sesuai dengan kondisi eksisting dari lokasi Tempat Penampungan PKL Pasar Minggu sehingga mereka akan cenderung untuk tetap berjualan di lokasi semula atau mencari lokasi lain yang menurut mereka lebih strategis. Terhadap PKL pagi dan sore ini, penataan melalui penjadwalan waktu berdagang atau pengelompokkan jenis dagangan atau penyeragaman warna sarana dagangan, merupakan alternatif penataan yang tepat guna meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif dari keberadaan pedagang kaki lima tersebut.