



## **Strategi Pedagang Kaki Lima Dalam Mempertahankan Usaha Di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi pada PKL di Lapangan Desa Karangrejo Kecamatan Kandat Kabupaten Kediri)**

**Tuwis Hariyani**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Prodi Manajemen, Universitas Kahuripan Kediri

Email: [tuwisharyani@kahuripan.ac.id](mailto:tuwisharyani@kahuripan.ac.id)

### **Abstrak**

Pandemi Covid-19 yang datang begitu tiba-tiba memberikan dampak penurunan ekonomi yang cukup besar. Tidak ada satupun dari kita yang bisa memprediksi sampai kapan pandemi ini akan berlangsung, termasuk dampak yang menyertainya. Karena itu, bagi para pelaku usaha bersikap fleksibel termasuk dalam mengubah rencana usaha yang dibuat di masa-masa sebelum pandemi terjadi menjadi sangat perlu untuk dilakukan jika ingin mempertahankan usaha. Termasuk diantaranya strategi para pedagang kaki lima yang bermukim di Lapangan Desa Karangrejo harus mengubah strategi atau pola berdagangnya agar tetap bisa eksis di tengah pandemi Covid-19 yang melanda. Adapun tujuan penelitian ini adalah: 1). Mendeskripsikan kondisi Pedagang Kaki Lima akibat pandemi Covid-19 yang ada di Lapangan Desa Karangrejo, 2). Mendeskripsikan dan menganalisis strategi Pedagang Kaki Lima di Lapangan Desa Karangrejo dalam mempertahankan usahanya di tengah pandemi Covid-19. Adapun penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian berupa studi kasus. Teknik sampling menggunakan *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan observasi. Uji keabsahan data dilakukan dengan triangulasi, yang selanjutnya dilakukan analisis dengan menggunakan analisis data model interaktif dan disajikan secara deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kondisi Pedagang Kaki Lima yang ada di Lapangan Desa Karangrejo akibat pandemi Covid-19 pada awalnya mengalami penurunan pendapatan yang sangat drastis, namun mereka berhasil bangkit dan mempertahankan usahanya meski pendapatan mereka tidak bisa kembali seperti semula. Strategi Pedagang Kaki Lima di Lapangan Desa Karangrejo dalam mempertahankan usahanya di tengah pandemi Covid-19 diantaranya ditempuh dengan cara memperluas pasar dengan *go-online*, menambah jumlah tenaga kerja, membuat produk baru, serta melakukan kerjasama promosi dengan pelaku usaha lain.

**Kata kunci:** strategi usaha, pedagang kaki lima, pandemi Covid-19.

### ***Abstract***

*The Covid-19 pandemic that came so suddenly had a sizable impact on the economy. None of us can predict how long this pandemic will last, including the effects that accompany it. Therefore, for business actors to be flexible, including changing business plans made in the days before the pandemic occurred, it is very necessary to do so if they want to maintain their business. Including, among others, the strategy of old street traders who live in Karangrejo Village Field to change their trading strategies or patterns in order to continue to exist amid the Covid-19 pandemic that hit. The objectives of this study are: 1). Describe the condition of street vendors due to the Covid-19 pandemic in the Karangrejo Village Field, 2). Describe and analyze the strategies of street vendors in the Karangrejo Village Field in maintaining their business in the midst of the Covid-19 pandemic. This research uses a qualitative research approach with the type of research in the form of case studies. The sampling technique used purposive sampling. Data collection was carried out by interview and observation. The data validity test was done by triangulation, which was then analyzed using an interactive model data analysis and presented descriptively. The results of this study indicate that the conditions of street vendors in Karangrejo Village Field due to the Covid-19 pandemic initially experienced a very drastic decrease in income, but they managed to get up and maintain their business even though their income could not return to normal. The strategies of street vendors in the Karangrejo Village Field in maintaining their business in the midst of the Covid-19 pandemic include being pursued by expanding the market by going online, increasing the number of workers, making new products, and conducting promotional collaborations with other business actors.*

***Keywords:*** *business strategy, street vendors, Covid-19 pandemic.*

## **A. PENDAHULUAN**

Merebaknya kasus Covid-19 khususnya di Indonesia mempengaruhi kehidupan banyak orang, mulai dari segi kesehatan, pendidikan, maupun dari segi ekonomi. Jumlah kasus penderita terdampak Covid-19 yang saat ini terus bertambah membuat laju sejumlah usaha juga ikut melambat. Ditambah lagi kondisi masyarakat saat ini yang tengah mengurangi aktivitasnya di luar rumah, seperti liburan atau belanja untuk mengurangi penyebaran virus corona tersebut.

Situasi saat ini membuat roda perekonomian melambat, pasar mulai lesu, omzet penjualan juga menurun. Meskipun Pemerintah telah menyiapkan stimulus atau bantuan dengan maksud untuk membantu

mendongkrak kondisi ekonomi yang melemah dan menjaga daya beli, khususnya terhadap UMKM. Namun sebagai pelaku usaha atau pelaku usaha sudah barang tentu harus menyiapkan strategi, yaitu strategi apa yang bisa dilakukan agar tetap bisa mempertahankan usahanya dalam menghadapi situasi seperti saat ini.

Begitu pula yang banyak dilakukan oleh para Pedagang Kaki Lima dengan segala keterbatasannya, mereka tetap berusaha untuk eksis di tengah pandemi Covid-19 saat ini, khususnya terhadap keberlangsungan usahanya. Dalam hal pekerjaan sebagaimana kita tahu, tidak semua masyarakat di negara ini dapat terserap di sektor formal dikarenakan berbagai macam keterbatasan yang melekat pada diri mereka, seperti rendahnya tingkat pendidikan dan kurangnya akses informasi pada mereka. Namun keberadaan Pedagang Kaki Lima ini juga penting karena bukan hanya berfungsi sebagai penyerap kelebihan tenaga kerja yang tidak mampu terserap oleh sektor formal, tetapi juga memiliki peran yang cukup penting dalam meningkatkan kegiatan perekonomian masyarakat. Sehingga kondisi ekonomi saat ini juga berdampak terhadap kondisi usaha para Pedagang Kaki Lima tersebut dimana omzet penjualannya juga turut mengalami penurunan yang signifikan. Padahal banyak diantara mereka yang menjadi tulang punggung keluarga.

Dalam situasi seperti ini untuk menghindari penyebaran virus corona, masyarakat lebih memilih untuk meminimalisir interaksi langsung, begitu juga perilaku berbelanja masyarakat pun ikut berubah. Banyak kegiatan atau transaksi jual beli yang beralih ke *online*. Salah satu cara untuk menghadapi permasalahan ini adalah harus beradaptasi dengan keadaan, seperti mengalihkan strategi

penjualan ke *online* baik lewat *website*, toko *online* maupun dengan memanfaatkan media sosial. Dengan demikian, para pelanggan diharapkan masih bisa mengakses produk atau jasa mereka dan omzet penjualan tetap bisa dipertahankan.

Namun bagaimana dengan para PKL, yang rata-rata mereka adalah masyarakat pedesaan dengan tingkat pendidikan rendah, sarana dan prasarana telekomunikasi yang terbatas dimana tidak semua pedagang memiliki telepon pintar atau handphone, serta pengetahuan akan internet yang minim. Sehingga dengan keterbatasan tersebut, para PKL di lapangan Desa Karangrejo tidak semuanya bisa menerapkan strategi penjualan *online* tersebut. Dimana PKL yang berada di lapangan Desa Karangrejo kurang lebih sejumlah 30% PKL adalah penjual dengan umur sudah tua dan tidak faham dengan media sosial serta penggunaan telepon pintar.

Hal itu yang sepertinya terjadi di Desa Karangrejo Kecamatan Kandat Kabupaten Kediri, dimana masyarakat sekitar banyak yang berprofesi sebagai PKL dengan dagangan yang mereka jajakan rata-rata adalah produk makanan dan minuman yang diolah secara rumahan artinya bukan barang pabrikan.

Dalam hal ini, tujuan dari penelitian adalah:

1. Untuk mendeskripsikan kondisi Pedagang Kaki Lima akibat pandemi Covid-19 yang ada di Lapangan Desa Karangrejo.
2. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis strategi Pedagang Kaki Lima di Lapangan Desa Karangrejo dalam mempertahankan usahanya di tengah pandemi Covid-19.

## **B. TINJAUAN PUSTAKA**

### **1. Definisi Pedagang Kaki Lima**

Menurut Danisworo (2000) dalam Ginting, Salmina W. (2004: 204) Pedagang Kaki Lima adalah pedagang yang melakukan kegiatan usaha dagang secara perorangan atau berkelompok dengan menggunakan fasilitas umum seperti terotoar, pinggir-pinggir jalan umum, dan lain sebagainya.

### **2. Ciri-ciri Pedagang Kaki Lima**

Menurut Kartono, *et.al.* (1980: 3-7) dalam Anggreriani (2016: 13), secara umum ciri-ciri pedagang kaki lima diantaranya:

- 1) Pedagang yang terkadang juga sekaligus sebagai produsen.
- 2) Ada yang berpindah dari tempat satu ke tempat yang lain, ada pula yang menetap di lokasi tertentu.
- 3) Secara umum menjajakan makanan dan minuman, serta barang konsumsi lainnya yang tahan lama secara eceran.
- 4) Modal kecil dan terkadang hanya merupakan sarana bagi pemodal dengan memperoleh imbalan berupa komisi atas jerih payahnya.
- 5) Kualitas barang yang diperjualbelikan relatif rendah dan biasanya mutunya tidak berstandar.
- 6) Volume peredaran uang kecil dan para pembeli merupakan pembeli dengan daya beli rendah.
- 7) Usaha biasanya skala kecil dan merupakan *family enterprise*, yaitu anggota keluarga turut membantu dalam usaha itu.
- 8) Terdapat tawar-menawar antara penjual dengan pembeli.
- 9) Dalam melaksanakan pekerjaannya ada yang secara penuh waktu, ada juga yang paruh waktu atau pada waktu senggang saja, serta musiman.

### **3. Lokasi Berdagang Pedagang Kaki Lima**

Beberapa ciri lokasi yang biasa digunakan untuk berjualan yang banyak diminati oleh para pedagang kaki lima, diantaranya:

- 1) Terdapat kumpulan orang yang melakukan kegiatan secara bersama-sama pada waktu yang cenderung sama sepanjang hari;
- 2) Berada di kawasan tertentu yang merupakan pusat kegiatan perekonomian, namun sering dikunjungi dalam jumlah besar;
- 3) Memiliki akses yang mudah terjadinya hubungan antara PKL dengan calon pembeli, walaupun terkadang dalam ruang yang relatif sempit (Anonimous, 2016: 1).

#### **4. Jenis-jenis Dagangan yang Dijual Pedagang Kaki Lima**

Jenis-jenis dagangan yang dijual oleh para PKL biasanya sangat dipengaruhi oleh aktivitas masyarakat yang berada di sekitar kawasan PKL tersebut berjualan. Menurut McGee dan Yeung (1977: 81-82) beberapa jenis dagangan yang dijual oleh PKL secara umum, dapat dibagi menjadi:

- 1) Bahan mentah untuk makanan, serta makanan setengah jadi;
- 2) Makanan dan minuman siap saji;
- 3) Non makanan;
- 4) Jasa pelayanan.

#### **5. Bentuk Sarana Dagang Para Pedagang Kaki Lima**

Bentuk sarana dagang yang digunakan PKL pada umumnya sangat sederhana dan biasanya mudah untuk dipindah dari satu tempat ke tempat lainnya dan biasanya sesuai dengan jenis dagangan yang dijajakan. Menurut Miranti (2012: 4) bentuk sarana dagang yang digunakan pedagang kaki lima dapat dikelompokkan sebagai berikut:

- 1) Gerobak/kereta dorong,
- 2) Pikulan/keranjang,
- 3) Warung semi permanen,

- 4) Kios,
- 5) Gelaran/alas.

## **6. Strategi Mempertahankan Usaha di Tengah Pandemi Covid-19**

Pandemi Covid-19 yang melanda dunia sejak awal tahun 2020 telah mengganggu kehidupan masyarakat di berbagai sektor. Pada bidang ekonomi, masyarakat berada pada situasi yang tidak pasti yang muncul seiring dengan upaya pencegahan terhadap penyebaran Covid-19. Hampir tidak ada usaha baik usaha mikro, kecil, maupun menengah yang tidak terpengaruh oleh adanya kebijakan pencegahan penyebaran virus corona.

Agar usaha tetap berjalan maka harus segera beradaptasi dan melakukan beberapa langkah agar usaha dapat bertahan. Ada UMKM yang harus mengurangi kegiatan, namun tidak sedikit pula yang harus memberhentikan sebagian karyawannya hingga berhenti untuk beroperasi sementara waktu.

Menurut Allianz Indonesia (2020:1-4) ada 7 (tujuh) strategi yang bisa diupayakan untuk mempertahankan usaha di masa pandemi Covid-19, diantaranya yaitu:

### **1). Melakukan restrukturisasi kredit**

Pembatasan sosial yang diberlakukan dalam rangka mencegah penyebaran virus corona mengakibatkan banyak usaha harus mengalami penurunan pendapatan. Sehingga menyebabkan pendapatan lebih rendah dibandingkan pengeluaran. Hal ini tentunya akan menyulitkan pelaku usaha yang memiliki utang. Oleh karena itu, pengajuan permohonan restrukturisasi kredit bisa dilakukan seperti perpanjangan waktu pelunasan. Dengan

restrukturisasi kredit diharapkan bisa membantu melancarkan arus kas perusahaan.

## **2). Menunda rencana penambahan modal kerja**

Di saat roda ekonomi berputar melambat seperti saat ini, maka menunda seluruh rencana bisnis, yang membutuhkan penambahan modal kerja perlu dilakukan. Khususnya bila punya rencana ekspansi usaha yang membutuhkan tambahan dana dalam bentuk pinjaman. Rencana semacam itu bisa dieksekusi setelah pasar kembali normal, seiring dengan usainya pandemi Covid-19.

## **3). Menegosiasikan biaya sewa**

Komponen biaya tetap yang biasanya muncul di berbagai usaha yaitu biaya sewa. Misal biaya sewa kantor, sewa gudang atau sewa gerai penjualan. Di satu sisi, pendapatan menurun akibat adanya pembatasan sosial, namun pada sisi lain biaya tetap semacam ini akan tetap ada. Biaya sewa kemungkinan juga memberatkan para pelaku usaha. Sebagaimana cicilan utang, biaya sewa tentunya juga bisa dibicarakan ulang dengan pemilik properti. Bentuk keringanan misalnya pengunduran jangka waktu pembayaran, ataupun pemotongan biaya untuk suatu periode tertentu. Karena pemilik properti juga tidak akan mudah mencari penyewa baru di saat sulit seperti sekarang.

## **4). Bersikap transparan dengan para pekerja**

Gangguan yang dialami oleh sebuah usaha, pada dasarnya tidak hanya mempengaruhi pemilik usaha, tetapi juga para pekerja. Pada waktu pendapatan usaha menurun, pemilik usaha akan mengalami kesulitan dalam memenuhi biaya dan kewajibannya, diantaranya adalah gaji karyawan. Karena itu, seorang pelaku usaha sudah

seharusnya bersikap transparan terhadap karyawan. Sehingga seluruh opsi yang tersedia untuk mengatasi kesulitan yang sedang membelit usaha bisa dibahas dengan karyawan. Dengan begitu keputusan yang diambil diharapkan bisa diterima dan dimaklumi oleh mereka.

#### **5). Melakukan kerjasama promosi dengan pelaku usaha lain**

Meskipun kondisi pasar sedang kurang baik akibat pembatasan sosial, namun upaya pemasaran sebisa mungkin tetap harus dijalankan. Namun mengingat kondisi keuangan usaha di masa kini, tentu upaya pemasaran yang dilakukan tidak bisa sebesar kegiatan di masa normal. Salah satu cara yang bisa dilakukan untuk menyasati kegiatan promosi adalah melakukan kerja sama dengan pelaku usaha lain. Wujud kerjasamanya dapat berupa berbagi biaya dalam mempromosikan produk atau jasa pada sebuah media maupun dengan melakukan promosi melalui usaha orang lain, dan sebaliknya.

#### **6). Memperluas pasar dengan *go online***

Memiliki jalur penjualan secara *online* di masa pembatasan sosial ini menjadi sangat penting. Karena itu, jika usaha belum eksis di dunia maya, inilah saatnya untuk membawa usaha menjadi *go online*. Pengusaha produk atau jasa kelas menengah kecil, bisa *go online* dengan menjadi mitra dari platform *e-commerce* yang sudah ada saat ini.

#### **7). Membuat produk baru**

Agar usaha tetap bertahan dalam melewati masa pandemi Covid-19, sebaiknya jangan menutup diri terhadap berbagai pilihan. Memilih

strategi dengan mengubah fokus usaha, misal membuat produk baru, bisa menjadi penyelamat usaha di masa pandemi.

Pandemi datang begitu tiba-tiba tanpa bisa diprediksi. Seorang pelaku usaha kecil hanya akan bertahan jika cepat mengantisipasi situasi yang ada dengan melakukan sejumlah adaptasi. Ketujuh strategi di atas bisa menjadi pencerahan bagi bagi para pelaku usaha untuk bertahan.

### **C. METODE**

Pada penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dan jenis penelitiannya yaitu studi kasus. Penelitian ini dilakukan pada bulan Februari sampai dengan April 2021 di Lapangan Desa Karangrejo Kecamatan Kandat Kabupaten Kediri yang merupakan tempat berkumpulnya para PKL untuk menjajakan dagangannya. Populasi berjumlah 82 orang PKL yang berasal dari warga sekitar Desa Karangrejo. Teknik sampling pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, sedangkan pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan observasi. Uji keabsahan data dilakukan dengan triangulasi, untuk selanjutnya dilakukan analisis secara mendalam dengan menggunakan analisis data model interaktif dan disajikan secara deskriptif.

### **D. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **1. Kondisi Pedagang Kaki Lima Yang Ada di Lapangan Desa Karangrejo Akibat Pandemi Covid-19**

Keberadaan Pedagang Kaki Lima yang bertempat di Lapangan Desa Karangrejo disambut dengan baik oleh masyarakat khususnya

masyarakat Desa Karangrejo dan juga Pemerintah Desa setempat. Karena keberadaannya membawa manfaat khususnya dalam hal penyediaan makanan dan minuman yang murah dan juga sebagai bentuk wisata kuliner desa. Rata-rata mereka berjualan dengan menggunakan sarana atau perlengkapan yang mudah dipindahkan atau dibongkar pasang, seperti gerobak dorong dan warung semi permanen. Sehingga setelah selesai berjualan mereka membongkar dan membawa pulang sarana atau perlengkapan berjualan yang mereka gunakan. Umumnya mereka berjualan dari siang sampai malam hari. Saat pagi hari suasana sepi karena umumnya mereka masih menyiapkan atau mengolah barang dagangan mereka. Saat Pandemi Covid-19 seperti sekarang ini rutinitas tetap seperti itu namun terkesan lebih sepi karena pelanggan yang membeli langsung ke lokasi berkurang dan juga pengurangan jam berjualan hanya sampai sekitar pukul sepuluh malam.

Para PKL di Lapangan Desa Karangrejo menempati lokasi yang disediakan oleh Pemerintah Desa setempat yaitu berupa area berpaving dengan lebar 5-10 meter yang mengelilingi lapangan. Area tersebut juga sudah dilengkapi dengan arena permainan anak seperti ayunan, jungkat-jungkit, dan lain sebagainya. Selain itu, jaringan listrik PLN pun juga sudah disediakan oleh Pemerintah Desa namun untuk biaya listrik per bulannya dibayar oleh para PKL sendiri secara patungan. Kondisi mereka cukup tertib, bersih, dan rapi sehingga jauh dari kesan kumuh sebagaimana umumnya PKL yang biasanya berada di wilayah perkotaan. Selain itu, keberadaan PKL di Lapangan Desa Karangrejo sama sekali tidak mengganggu kelancaran aktivitas lalu

lintas desa maupun kegiatan atau aktivitas warga sekitar, termasuk aktivitas sekolah maupun kegiatan kantor Pemerintahan Desa Karangrejo yang berada di depan lokasi jualan para PKL. Apalagi saat pandemi Covid-19 karena tentunya kondisinya jauh lebih sepi dan pemberlakuan prokes diantaranya tidak boleh bergerombol juga pengaturan jarak berjualan sehingga terlihat jauh lebih rapi.

Jumlah Pedagang Kaki Lima (PKL) di Lapangan Desa Karangrejo kurang lebih berjumlah 82 orang, dengan jenis dagangan terdiri dari produk olahan makanan dan minuman. Mereka tidak hanya berasal dari Desa Karangrejo saja tapi juga dari luar desa yaitu para PKL dari desa sekitar. Demikian juga untuk para pelanggan selain dari masyarakat Desa Karangrejo sendiri para pelanggan juga berasal dari beberapa desa sekitar. Dengan kata lain usaha PKL tersebut cukup banyak peminat.

Namun saat awal terjadi Pandemi Covid-19 setahun kemarin yaitu saat pemberlakuan *social distancing* kondisi para PKL di Lapangan Desa Karangrejo cukup memprihatinkan, karena mereka sempat tidak berjualan karena ada pelarangan dan penutupan lokasi berjualan dari Pemerintah Desa setempat untuk beberapa waktu. Otomatis hal itu berdampak terhadap pendapatan para PKL yang tidak ada pemasukan sama sekali. Baru kemudian setelah lokasi berjualan dibuka kembali, beberapa PKL lambat laun kembali berjualan dan itu tidak semua PKL, karena banyak dari para PKL yang pesimis kalau jualannya akan laku. Karena masyarakat cenderung membatasi diri untuk tidak sering keluar rumah bila tidak penting apalagi ke tempat keramaian. Sekolah juga dilakukan secara daring atau non tatap muka, sehingga murid-murid sekolah yang berda di sekitar Lapangan Desa

Karangrejo tidak ada lagi yang beli dagangan mereka. Saat itu, banyak dari para PKL yang memutuskan untuk sementara tidak berjualan dulu dari pada harus merugi terus karena barang dagangan mereka tidak laku.

Kondisi tersebut sangat berdampak terhadap penurunan jumlah pelanggan PKL di Lapangan Desa Karangrejo, yang menyebabkan pendapatan mereka menurun drastis. Namun sekarang kondisinya sudah membaik, meskipun tingkat pendapatan belum kembali seperti semula. Tapi hampir semua pedagang sudah rutin untuk berjualan dengan tetap mematuhi standar kesehatan Covid-19 yang berlaku.

## **2. Strategi Pedagang Kaki Lima Yang Ada Di Lapangan Desa Karangrejo Dalam Mempertahankan Usahnya Di Tengah Pandemi Covid-19**

Sebenarnya pedagang Kaki Lima mempunyai potensi untuk menunjang pertumbuhan ekonomi, yaitu terciptanya lapangan pekerjaan dan juga bisa menjadi sumbangan bagi pendapatan daerah jika dikelola dengan baik. Serta bila dapat dilakukan penataan dan pembinaan yang baik maka sektor ini akan mampu memberikan kontribusi dalam penyelesaian masalah sosial seperti pengangguran. Sehingga Pedagang Kaki Lima dapat menjadi bursa penyerap tenaga kerja yang efektif karena mampu untuk menyerap tenaga kerja bagi mereka yang tidak memiliki pekerjaan dan keterampilan yang memadai. Jadi, potensi terbesar dari pedagang kaki lima adalah kemampuannya yang tinggi dalam menyerap tenaga kerja.

Namun kondisi tersebut menjadi berbeda ketika terjadi pandemi Covid-19 seperti saat ini, alih-alih mampu menyerap tenaga

kerja dan mengurangi pengangguran, pada awal pandemi ini melanda dan diberlakukan *social distancing*, kondisi PKL justru bisa menciptakan pengangguran baru atau kembali menjadi pengangguran yaitu awalnya dulu menganggur sekarang kembali menganggur. Sehingga untuk mengembalikan potensi awal keberadaan PKL yaitu menunjang perekonomian dan menjadi bursa penyerap tenaga kerja pada sektor informal, maka para PKL ini harus mampu mempertahankan usahanya di tengah pandemi Covid-19 ini.

Menjadi Pedagang Kaki Lima tidak diperlukan keterampilan yang khusus, modal yang besar, ijin usaha, dan lain sebagainya. Sehingga menjadi salah satu pilihan bagi masyarakat yang memiliki tingkat pendidikan rendah dan dengan keterampilan yang minim agar tetap bisa bertahan hidup. Dan kesempatan itu yang diambil oleh para PKL yang bertempat di Lapangan Desa Karangrejo, dimana rata-rata mereka sebelumnya adalah tidak bekerja atau menganggur. Pedagang Kaki Lima di Lapangan Desa Karangrejo mestinya bisa berkembang karena bertempat di lokasi yang strategis. Namun ternyata hal itu tidaklah cukup untuk menjadikan usaha tersebut berkembang, ketika kondisi tidak normal seperti sekarang yakni terjadi pandemi Covid-19. Mau tidak mau para Pedagang Kaki Lima tersebut harus memutar otak dan mampu dan mau beradaptasi dengan kondisi yang ada jika mereka ingin mempertahankan usahanya tetap hidup. Jika tidak, maka mereka harus kembali menjadi pengangguran karena keterbatasan yang mereka miliki sehingga tidak bisa menyentuh sektor formal, yang artinya harus bisa bertahan di sektor informal ini yakni menjadi Pedagang Kaki Lima.

Adapun beberapa usaha yang ditempuh para Pedagang Kaki Lima di Lapangan Desa Karangrejo dalam mempertahankan usahanya di tengah pandemi Covid-19 ini, diantaranya:

1). Memperluas pasar dengan *go-online*

Strategi ini bisa diterapkan oleh beberapa penjual yang memiliki kemampuan untuk memanfaatkan IPTEK yaitu mereka menawarkan barang dagangannya dengan memanfaatkan media sosial yang da saat ini seperti *WhatsApp*, *Instagram*, dan *FaceBook*, ataupun melalui telepon secara langsung. Selain bertujuan untuk pemasaran mereka juga melakukan transaksi jual beli dengan fasilitas pesan-antar melalui media sosial tersebut. Dikarenakan saat pandemi masyarakat lebih cenderung membatasi diri untuk keluar rumah. Sehingga metode tersebut sangat membantu untuk meningkatkan pendapatan usaha mereka yang terpuruk akibat penerapan *social distancing*.

Namun sayangnya metode tersebut tidak bisa diterapkan oleh semua PKL, karena keterbatasan yang mereka miliki seperti minimnya pengetahuan dan keterampilan terhadap penggunaan media sosial tersebut yang rata-rata dikarenakan faktor usia yaitu para PKL yang sudah tua. Sehingga mereka tetap bertahan dengan metode berdagang tradisional.

2). Menambah jumlah tenaga kerja

Penambahan tenaga kerja di sini lebih pada sebagai dampak dari diberlakukannya fasilitas jual beli dengan metode pesan-antar, karena tidak memungkinkan untuk mengantar dan menjaga barang dagangan sekaligus yaitu dilakukan oleh satu orang saja, jadi ada yang jaga barang dagangan ada yang bertugas mengantar barang. Biasanya tenaga kerja tersebut mereka ambil dari anggota keluarga mereka

sendiri mengingat usaha PKL ini tidak banyak pendapatan yang diperoleh sehingga jika mempekerjakan tenaga kerja berbayar seperti pada umumnya mereka khawatir pendapatan usahanya akan habis untuk menggaji pekerja tersebut.

3). Membuat produk baru

Membuat produk baru dilakukan dengan mengikuti trend seperti makanan dan minuman kekinian yaitu menambah varian produk yang dijual, yang bertujuan untuk memikat pelanggan sehingga jumlah pelanggan meningkat yang pada akhirnya meningkatkan pendapatan usaha mereka.

4). Melakukan kerjasama promosi dengan pelaku usaha lain

Kerjasama promosi yang dilakukan adalah dengan meminta bantuan kepada teman, kenalan, atau saudara untuk bisa ikut membantu mempromosikan usahanya melalui media sosial yang mereka miliki. Untuk selanjutnya mereka akan berbagi keuntungan bila mana barang dagangan yang dipromosikan laku dijual. Dengan harapan semakin banyak yang mempromosikan semakin banyak produk yang dikenal dan laku, karena kemampuan promosi melalui media sosial tentunya terbatas pada teman atau kontak yang dimiliki.

## **E. PENUTUP**

### **1. Simpulan**

- 1) Kondisi Pedagang Kaki Lima yang ada di Lapangan Desa Karangrejo akibat pandemi Covid-19 pada awalnya mengalami penurunan pendapatan yang sangat drastis, namun mereka berhasil bangkit dan mempertahankan usahanya meski pendapatan mereka tidak bisa kembali seperti semula sebelum

terjadi pandemi. Selain itu, tidak semua PKL mampu beradaptasi dengan kondisi yang ada karena keterbatasan pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki khususnya dalam memanfaatkan IPTEK.

- 2) Strategi Pedagang Kaki Lima di Lapangan Desa Karangrejo dalam mempertahankan usahanya di tengah pandemi Covid-19 diantaranya ditempuh dengan cara memperluas pasar dengan *go-online*, menambah jumlah tenaga kerja (pengantar barang), membuat produk baru, serta melakukan kerjasama promosi dengan pelaku usaha lain.

## 2. Saran

- 1) Pedagang Kaki Lima yang belum bisa beradaptasi dengan baik ditengah pandemi ini tentunya harus bisa meng-*upgrade* diri karena tidak ada yang tau kapan pandemi ini akan berakhir dan walaupun berakhir kemungkinan masyarakat sudah terbiasa dengan transaksi *online* sehingga akan tetap bertahan dengan cara tersebut.
- 2) Perlu adanya dukungan dari pemerintah setempat dan pihak terkait seperti mengadakan pelatihan *e-commerce* bagi para PKL agar mereka bisa mengikuti perkembangan sehingga tidak tertinggal dan bisa mempertahankan usaha menuju digital marketing.

## DAFTAR PUSTAKA

- Allianz Indonesia, 2020. *Simak 7 Strategi agar Bisnis Tetap Bergulir Selama Pandemi* melalui <https://www.allianz.co.id/explore/detail/simak-7-strategi-agar-bisnis-tetap-bergulir-selama-pandemi/103882> [30/11/2020]
- Anggeriani, Andi Zohra. 2016. *Kawasan Pedagang Kaki Lima di Makassar*. Skripsi Sarjana, Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar melalui <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/4756/> [16/10/2019].
- Anonimous, 2016. *Pola Aktivitas Pedagang Kaki Lima* melalui <http://sielawati.blogspot.com/2016/12/pola-aktivitas-pedagang-kaki-lima.html> [26/10/2019].
- Ginting, Salmina W. 2004. *Pengaruh Keberadaan Pedagang Kaki Lima Terhadap Jumlah Taman Kota di Medan*. Jurnal Teknik Simetrika, Universitas Sumatera Utara, melalui [https://www.academia.edu/26417741/Studi\\_Kasus\\_Pengaruh\\_Keberadaan\\_Pedagang\\_Kaki\\_Lima\\_Terhadap\\_Jumlah\\_Pengunjung\\_Taman\\_Kota\\_Di\\_Medan](https://www.academia.edu/26417741/Studi_Kasus_Pengaruh_Keberadaan_Pedagang_Kaki_Lima_Terhadap_Jumlah_Pengunjung_Taman_Kota_Di_Medan) [25/10/2019].
- McGee, T.G. dan Y.M. Yeung. 1977. *Hawkers in Southeast Asian Cities: Planning for The Bazaar Economy*. Ottawa: International Development Research Centre.
- Miranti, Arlinda & Lituhayu, Dyah. 2012. Evaluasi Program Penataan Pedagang Kaki Lima Di Kabupaten Tegal *Journal Of Public Policy And Management Review* 1(1), p. 1-35 melalui <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jppmr/issue/view/64> [16/10/2019]