

STRATEGI BISNIS DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN PEDAGANG KAKI LIMA DI ALUN-ALUN EPICENTRUM KOTA WATAMPONE

Lisda^{1*}, Syahrir Pawerangi², Marniati Syam³

^{1,2,3}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YAPI, Bone, Indonesia

E-mail: Lisda88duta@gmail.com^{1*}, syahrirpawerangi1112@gmail.com², syammarniati@gmail.com³

ARTICLE INFO

Riwayat Artikel

Received: 23/07/2023

Revised: 23/08/2023

Accepted: 01/09/2023

Keywords: Business Strategy; Income

Kata Kunci: Strategi Bisnis; Pendapatan

ABSTRACT

The aims of this research are 1). To find out the business strategies of street vendors in the Epicentrum Square, Watampone City. 2). To find out the right business strategy to increase the income of street vendors in the Epicentrum Square of Watampone City. The type of research used is field research with the aim of obtaining more accurate data regarding business strategies in the Epicentrum Square of Watampone City in increasing income. Meanwhile, the approach used is a qualitative approach. In this research, the author used inductive data analysis techniques, namely by obtaining existing factual data, then explaining it first and then analyzing it using theory and finally drawing conclusions from the research. The results of this research show that the development strategy used by street vendors in the Bone Regency Epicentrum Square is: 1) Selling the latest products which are in great demand by the public and also varied so that they become a special attraction for the public to visit the Regency Epicentrum Square Bone. 2) By utilizing the Alun-alun location where the Alun-alun is a place frequently visited by people for holidays, exercise or gathering with family and even closest friends so that it is used by street vendors to sell around the Epicentrum Alun-alun, Bone Regency.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah 1). Untuk mengetahui strategi bisnis pedagang kaki lima di Alun-Alun Epicentrum Kota Watampone. 2). Untuk mengetahui strategi bisnis yang tepat dalam meningkatkan pendapatan pedagang kaki lima di Alun-Alun Epicentrum Kota Watampone. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (field research) dengan tujuan untuk memperoleh data yang lebih akurat mengenai strategi bisnis di Alun-Alun Epicentrum Kota Watampone dalam meningkatkan pendapatan. Sedangkan pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik analisis data induktif yaitu dengan mendapatkan data fakta yang ada kemudian diuraikan terlebih dahulu lalu dianalisis dengan teori yang akhirnya ditarik kesimpulan dari penelitian. Hasil

penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi pengembangan yang digunakan oleh Pedagang Kaki Lima di Alun-alun Epicentrum Kabupaten Bone yaitu: 1) Menjual produk terbaru yang banyak diminati oleh masyarakat dan juga bervariasi sehingga menjadi daya tarik tersendiri kepada masyarakat untuk berkunjung ke Alun-alun Epicentrum Kabupaten Bone. 2) Dengan memanfaatkan lokasi Alun-alun dimana Alun-alun merupakan tempat yang sering dikunjungi oleh masyarakat untuk sekedar liburan, berolahraga ataupun berkumpul dengan keluarga bahkan teman terdekat sehingga dimanfaatkan oleh Pedagang Kaki Lima untuk berjualan di sekitar Alun-alun Epicentrum Kabupaten Bone.

PENDAHULUAN

Bisnis adalah bagian yang penting dari masyarakat, bisnis bukanlah sesuatu yang terpisah dari masyarakat. Namun, dengan segala kegiatannya merupakan bagian yang integral dari masyarakat (Rahayu, 2020). Secara sadar dan dengan berbagai cara manusia terlibat dalam pembelian barang-barang dan jasa yang dibutuhkan untuk memberikan kenikmatan bagi hidupnya. Bisnis didefinisikan sebagai sebuah kegiatan atau aktivitas yang mengalokasikan sumber-sumber daya yang dimiliki kedalam suatu kegiatan produksi yang menghasilkan barang dan jasa yang bisa dipasarkan kepada konsumen agar dapat memperoleh keuntungan atau pengembalian hasil. Dalam melakukan kegiatan bisnis hal penting yang harus dipersiapkan adalah strategi bisnis.

Ketika sudah memilih untuk berkecimpung dalam dunia bisnis maka siap ataupun tidak persaingan tersebut harus dihadapi. Persaingan dalam bisnis tidak hanya dirasakan oleh perusahaan-perusahaan besar saja, namun usaha-usaha kecil juga merasakan hal yang sama. Usaha-usaha kecil yang biasanya lebih dikenal dan disebut UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah). Menurut Rudjito UMKM adalah usaha yang punya peranan penting dalam perekonomian negara, baik dari sisi lapangan kerja yang tercipta maupun dari sisi jumlah yang tercipta. UMKM adalah suatu kegiatan ekonomi yang memiliki basis dari kalangan masyarakat dengan keterjangkauan modal yang minim.

Berbicara terkait sektor perdagangan, maka kita tidak dapat lepas dari komunitas pedagang sebagai pelakunya, yang salah satunya lebih dikenal dengan sebutan Pedagang Kaki Lima (PKL), yaitu dengan berjualan di trotoar atau ditempat umum lainnya. Pedagang kaki lima juga termasuk dalam sektor usaha mikro kecil menengah. Sektor informal merupakan unit usaha kecil maka modal yang diperlukan juga kecil bahkan sistem pengolahannya juga sederhana. Sulitnya lapangan pekerjaan membuat masyarakat berusaha untuk terus memenuhi kebutuhan hidupnya. Masyarakat dituntut untuk lebih mengembangkan kemampuan atau potensi yang ada pada diri sendiri maupun yang

berada di wilayah masing-masing sehingga kebutuhan mereka terpenuhi.

Menurut Peraturan Daerah Kabupaten Bone Nomor: 5 Tahun 2011 Tentang Ketertiban Umum dan Ketenteraman Masyarakat, PKL adalah seseorang yang melakukan kegiatan usaha perdagangan dan jasa yang menempati tempat-tempat prasarana kabupaten dan fasilitas umum baik yang mendapat izin dari Pemerintah Kabupaten maupun yang tidak mendapat izin Pemerintah Kabupaten antara lain badan jalan, trotoar, saluran air, jalur hijau, taman atau tempat umum lainnya.

Tidak dipungkiri bahwa semakin banyaknya minat masyarakat untuk berbisnis akan memperketat tingkat persaingan. Pedagang kaki lima walaupun termasuk ke dalam sektor UMKM juga merasakan hal tersebut. Karena bisnis besar maupun kecil tidak dapat dipisahkan dengan yang namanya persaingan. Semakin banyaknya pedagang yang menjual produk sejenis akan membuat persaingan semakin ketat, tidak hanya itu saja semakin banyaknya pedagang yang menempati suatu wilayah yang sama juga akan memperketat persaingan. Namun harus disadari bahwa yang menjadi pesaing tidak hanya pedagang-pedagang kecil yang berada di lingkup alun-alun saja, tapi juga pedagang yang berada diluar lingkup tersebut.

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti ingin melakukan riset atau penelitian dengan judul "Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kaki Lima Di Epicentrum Kota Watampone".

TINJAUAN PUSTAKA

1. Strategi Bisnis

a. Pengertian Strategi Bisnis

Strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai suatu penyusunan, cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai (Yuliaty, Shafira and Akbar, 2020).

Sedangkan Menurut Kenneth R. Andrews, Strategi adalah suatu proses pengevaluasian kekuatan dan kelemahan perusahaan

dibandingkan dengan peluang dan ancaman yang ada dalam lingkungan yang dihadapi dan memutuskan strategi pasar produk yang menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan peluang lingkungan (Moh, Asmito and Khofifurrahman, 2023).

Strategi adalah sekumpulan pilihan dasar atau kritis mengenai tujuan dan cara dari bisnis. (Child, 1972). Strategi memperhatikan arah jangka panjang dan cakupan organisasi. Strategi juga memperhatikan posisi organisasi itu sendiri dengan memperhatikan lingkungan dan keunggulan kompetitif, yang berkelanjutan sepanjang waktu, tidak dengan manuver teknis, tetapi dengan menggunakan perspektif jangka panjang (Kusumah, Fauli and Jannah, 2020).

Kata "Bisnis" dalam Bahasa Indonesia diserap dari kata "Business" dari bahasa Inggris yang berarti kesibukan. Kesibukan secara khusus berhubungan dengan orientasi profit/ keuntungan. Pengertian bisnis ditujukan pada sebuah kegiatan berorientasi profit yang memproduksi barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Bisnis juga dapat diartikan sebagai suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat (Kurni, Busaini and Jufri, 2023).

Secara etimologi, bisnis berarti keadaan dimana seseorang atau sekelompok orang sibuk melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan. Kata "Bisnis" sendiri memiliki tiga penggunaan, tergantung skopnya- penggunaan singular kata bisnis dapat merujuk pada badan usaha, yaitu kesatuan yuridis (hukum), teknis, dan ekonomis yang bertujuan mencari laba atau keuntungan (Tresnawati and Prasetyo, 2022). Bisnis dalam arti luas adalah istilah umum yang menggambarkan semua aktivitas dan institusi yang memproduksi barang/ jasa dalam kehidupan sehari-hari.

Strategi dirumuskan sebagai suatu tujuan yang ingin dicapai, upaya untuk mengkomunikasikan apa saja yang akan dikerjakan, oleh siapa yang mengerjakannya, bagaimana cara mengerjakannya, serta kepada siapa saja hal-hal tersebut pula dikomunikasikan. Strategi mengarahkan bagaimana bisnis tersebut dapat mencapai tujuan dan sasaran yang diinginkan. Tujuan penetapan strategi diarahkan pada upaya memenangkan persaingan (Setiawati, 2020).

Menurut M. Manullang, dalam bukunya dijelaskan bahwa bisnis dapat didefinisikan sebagai segala aktivitas dari berbagai institusi yang menghasilkan barang dan jasa yang perlu untuk kehidupan masyarakat sehari-hari

(Adawiyah, Karim and Fitria, 2024). Dengan pengertian tersebut ada sejumlah unsur penting, dalam definisi tersebut, yaitu : a) Segala aktivitas; b) Institusi; c) Menghasilkan barang dan jasa; d) Perlu untuk kehidupan masyarakat.

Jadi, dapat diartikan bahwa strategi bisnis yaitu strategi yang dirumuskan dan dijalankan untuk mencapai tujuan bisnis yang diharapkan oleh suatu pebisnis dalam menghasilkan barang atau jasa. Dalam menjalankan aktivitas usahanya, sebuah organisasi bisnis sepatutnya menetapkan strategi yang digunakan sebagai arahan bagaimana organisasi itu bertindak agar tujuan organisasi yang telah ditetapkan dapat dicapai.

b. Aktivitas-Aktivitas Bisnis

Menurut M. Manullang, lingkup aktivitas bisnis sangat luas. Namun pada dasarnya aktivitas tersebut (Astuti, Mane and Saleh, 2023) terdiri dari:

- 1) Produksi Dalam pengertian luas, produksi berarti setiap aktivitas untuk memuaskan kebutuhan manusia.
- 2) Distribusi berarti pemindahan tempat barang atau jasa dari produsen ke konsumen.
- 3) Konsumsi Test terakhir dari keberhasilan produsen adalah permintaan kepadabarang-barang dan jasa-jasa ini yang ditunjukkan oleh volume penjualan barang dan jasa.

c. Unsur-Unsur Bisnis

Dalam menjalankan sebuah bisnis, hendaknya pelaku bisnis mempunyai 4 unsur sebagai berikut:

- 1) Sumberdaya Manusia, yang berperan sebagai operator dan pengendali bisnis.
- 2) Sumber Daya Alam, termasuk tanah dengan segala sesuatu yang dihasilkannya.
- 3) Modal, meliputi keseluruhan alat dan perlengkapan.
- 4) Entrepreneurship, yang terutama mencakup aspek ketrampilan dan keberanian untuk mewujudkan suatu bisnis dalam rangka menghasilkan barang/jasa.

2. Konsep Pendapatan

a. Pengertian Pendapatan

Pendapatan adalah total penerimaan yang dimiliki suatu unit usaha yang diperoleh dari hasil penjualan output. Dalam kamus besar bahasa Indonesia arti dari pendapatan adalah hasil kerja usaha dan sebagainya yang digunakan untuk kebutuhan makan, tempat tinggal, pajak dan sebagainya. Menurut Nafarin pendapatan adalah arus masuk harta dari kegiatan perusahaan menjual barang dan jasa dalam satu periode yang

mengakibatkan kenaikan modal yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal (Lubis, 2022).

Pendapatan atau juga disebut income dari seorang warga masyarakat adalah hasil penjualan nya dari faktor-faktor produksi yang dimilikinya pada sektor produksi. Dan sektor produksi ini membeli faktor-faktor produksi tersebut untuk digunakan sebagai input proses produksi dipasar faktor produksi dengan harga yang berlaku dipasar faktor produksi. Harga faktor produksi dipasar faktor produksi (seperti halnya juga untuk barangbarang dipasar barang) ditentukan oleh tarik menarik, antara penawaran dan permintaan (Widya Tangkulung, George Kawung, 2020).

b. Kategori Pendapatan

Kategori pendapatan terbagi dalam enam kategori yakni :

- 1) Upah atau gaji adalah balas jasa untuk pekerjaan yang dilaksanakan dalam hubungan kerja dengan orang atau instansi lain (sebagai karyawan yang dibayar).
- 2) Laba usaha sendiri adalah balas karya untuk pekerjaan yang dilakukan sebagai pengusaha, yaitu mengorganisir produksi, mengambil keputusan tentang kombinasi faktor produksi serta menanggung risikonya sendiri entah sebagai petani, buruh, maupun pedagang dan sebagainya.
- 3) Laba Perusahaan (Perseroan) adalah laba yang diterima atau diperoleh perusahaan yang berbentuk atau badan hukum.
- 4) Sewa adalah jasa yang diterima oleh pemilik atas penggunaan hartanya seperti tanah, rumah atau barang-barang tahan lama.
- 5) Penghasilan campuran (Mixed Income) adalah penghasilan yang diperoleh dari usaha seperti: petani, tukang, warungan, pengusaha kecil, dan sebagainya disebut bukan laba
- 6) Bunga adalah balas jasa untuk pemakaian faktor produksi uang. Besarnya balas jasa ini biasanya dihitung sebagai persen (%) dari modal dan disebut tingkat atau dasar bunga (rate off).

c. Macam-Macam Pendapatan

Pendapatan Secara garis besar pendapatan dibagi menjadi tiga golongan (Wadu Djami, Bumi Kellen and Ahmad, 2021), diantaranya :

- 1) Gaji dan Upah Imbalan yang diperoleh setelah orang tersebut melakukan pekerjaan untuk orang lain yang diberikan dalam waktu satu hari, satu minggu maupun satu bulan.
- 2) Pendapatan dari Usaha Sendiri Merupakan

nilai total dari hasil produksi yang dikurang dengan biaya-biaya yang dibayar dan usaha ini merupakan usaha milik sendiri atau keluarga dan tenaga kerja berasal dari anggota keluarga sendiri, nilai sewa kapital milik sendiri dan semua biaya ini biasanya tidak diperhitungkan.

- 3) Pendapatan dari Usaha Lain Pendapatan yang diperoleh tanpa mencurahkan tenaga kerja.
- 4) Usaha-Usaha Peningkatan Pendapatan Pada umumnya manusia merasakan bah penghasilan/ pendapatan yang diterima saat ini masih kurang dan menjadi masalah yang tidak akan pernah terselesaikan.

3. Analisis Lingkungan Usaha (SWOT)

Manajemen unit bisnis sekarang perlu mengetahui informasi tentang lingkungan yang harus dipantau dan dipahami jika unit bisnisnya ingin mencapai sasaran yang telah ditetapkan. Secara umum perusahaan harus memantau variable-variabel lingkungan mikro yang signifikan dan yang mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan di pasar tersebut. Juga harus dipantau kekuatan-kekuatan lingkungan makro yang berpengaruh terhadap bisnisnya.

Setiap unit bisnis harus dievaluasi kekuatan dan kelemahannya secara periodik. Analisis ini memberikan kesimpulan bahwa meskipun suatu bisnis periodik. Analisis ini memberikan kesimpulan bahwa meskipun suatu bisnis memiliki kekuatan yang tinggi pada factor tertentu, kekuatan ini tidak langsung merupakan keunggulan bersaing. Oleh karena itu, yang paling penting bagi suatu unit bisnis adalah memiliki kekuatan yang relative lebih besar untuk factor mikro dibandingkan dengan para pesaingnya.

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Adapun jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (field research) dengan tujuan untuk memperoleh data yang lebih akurat mengenai strategi bisnis di Alun-Alun Epicentrum Kota Watampone dalam meningkatkan pendapatan.

B. Subyek Penelitian

Lokasi penelitian yang diambil di Alun-Alun Epicentrum Kota Watampone yang beralamatkan di Jl. Kalimantan, Kabupaten, Alasan peneliti mengambil lokasi tersebut adalah memiliki kesesuaian dengan topik yang dibahas yaitu strategi bisnis, merupakan tempat berkumpulnya sebagian besar pedagang kaki lima untuk berjualan guna menyambung hidup. Proses penelitian ini dilakukan

dari bulan juni 2023 sampai dengan september 2023.

C. Jenis dan Sumber Data

a) Data Primer

Data primer ialah data yang mana diperoleh secara langsung dilapangan dari sumbernya dilapangan. Karena penelitian ini penelitian kualitatif dimana peneliti merupakan instrumen dari penelitian yang dilakukan jadi maka data primer dari penelitian ini dapat diperoleh dengan cara observasi dan wawancara dilapangan. Dalam penelitian ini peneliti dapat mencari dan mengumpulkan data - data yang berkenaan dengan yang di inginkan dan langsung berkaitan dengan pokok masalah di dalam penelitian ini.

b) Data Sekuder

Data sekunder adalah data yang mana dapat diperoleh dari sumber-sumber lain sebagai bentuk pendukung data primer yang diperoleh dilapangan dan yang sekunder dipandang dengan berkaitan dengan pokok kajian yang diteliti juga. Data primer ini bersumber dari dokumen-dokumen yang ada, baik itu berupa dokumen-dokumen asli maupun bahan pendukung lainnya. Walaupun data tersebut didapatkan melalui dari orang lain ataupun dokumen lain tetapi data tersebut dapat dimanfaatkan sebagai pendukung sumber data pertama.

D. Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik analisis data induktif yaitu dengan mendapatkan data fakta yang ada kemudian diuraikan terlebih dahulu lalu dianalisis dengan teori yang akhirnya ditarik kesimpulan dari penelitian.

a) Pengumpulan data

Data dalam penelitian ini adalah data strategi bisnis pedagang kaki lima yang bersumber dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi yang diperoleh dari pedagang, pengunjung dan pihak yang terkait, kemudian dituliskan dalam catatan lapangan yang berisi data-data selama penelitian dan merupakan bahan rencana pengumpulan data untuk tahap berikutnya.

b) Reduksi data

Data strategi bisnis pedagang kaki lima dirangkum, dipilih hal-hal yang pokok, difokuskan pada hal-hal yang penting. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya bila diperlukan. (Sugiyono, 2017 : 247).

c) Penyajian data

Setelah melakukan reduksi data maka langkah selanjutnya adalah penyajian data. Dalam penelitian kualitatif ini data diuraikan secara singkat dalam bentuk teks yang bersifat naratif.

d) Kesimpulan atau verifikasi

Setelah melewati tiga tahap sebelumnya maka tahap yang terakhir adalah kesimpulan. Data yang diperoleh dianalisis dengan teori strategi bisnis lalu dilakukan penarikan kesimpulan dan verifikasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Strategi Bisnis Pedagang Kaki Lima di Alun-alun Epicentrum. Berdasarkan hasil penelitian dari hasil penelitian yang di peroleh dengan menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi yang berkaitan dengan strategi bisnis pada Pedagang Kaki Lima di Alun-alun Epicentrum terdapat dua temuan yaitu :

a) Keterampilan melihat peluang usaha sekitar
Dari hasil wawancara di atas peneliti menyimpulkan bahwa Pedagang Kaki Lima di Alun-alun Epicentrum dalam melihat peluang usaha yaitu mereka mampu melihat peluang untuk melakukan usaha yang akan mereka lakukan dalam berbisnis.

b) Aktif menjaga reputasi bisnis yang telah berjalan. Dari hasil wawancara di atas peneliti menyimpulkan bahwa para pedagang kaki lima dalam menjaga reputasi bisnis yang mereka jalankan mereka lebih mengedepankan kenyamanan konsumen dalam hal melakukan transaksi jual beli.

Hasil penelitian diatas sinkron dengan pendapat Veithzal Rifai yaitu Untuk memperoleh hasil yang maksimal wirausahaan perlu mengetahui bagaimana cara menjalankan bisnis dengan baik, diantaranya :

- Keterampilan melihat peluang usaha yang ada disekitar.
- Kesediaan dan keberanian menanggung risiko bisnis yang mungkin terjadi.
- Pemahaman dasar tentang model bisnis, harus tahu bagaimana model bisnis kita agar dapat menjalankan dengan baik.
- Aktif menjaga reputasi bisnis yang telah berjalan.
- Mengembangkan jaringan sebagai pendukung kelangsungan bisnis.

2. Faktor Yang Menghambat Pedagang Kaki Lima di Alun-alun Epicentrum Dalam Mengembangkan Bisnis Untuk Meningkatkan Pendapatan

Berdasarkan hasil peneelitan dari hasil penelitian yang di peroleh dengan menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi yang berkaitan dengan faktor hambatan para Pedagang Kaki berikut :

- Terhambat oleh faktor cuaca yang kurang bersahabat seperti hujan secara terus-

menerus yang mengakibatkan kurangnya pengunjung atau pembeli.

- b) Menjadi penghambat bagi mereka disebabkan oleh musibah yang terjadi seperti pandemi Covid-19 yang terjadi beberapa tahun kemarin dengan jangka waktu yang panjang

3. Strategi pengembangan bisnis dalam meningkatkan pendapatan pada Pedagang kaki Lima di Alun-alun Epicentrum.

Berdasarkan hasil penelitian dari hasil penelitian yang di peroleh dengan menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi yang berkaitan dengan strategi pengembangan bisnis dalam meningkatkan pendapatan para Pedagang Kaki Lima di Alun-alun Epicentrum yaitu dari hasil penelitian diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwasanya dalam mengembangkan usaha yang mereka jalankan yaitu mereka selalu update bisnis mereka dengan ide-ide baru dalam.

Hasil penelitian ini berbeda dengan hasil teori Kotler, Philip dan Keller Kevin yang mana dalam pembahasannya strategi pengembangan bisnis terdapat 3 indikator yaitu : (Kotler, Philip dan Keller, Kevin, 2008 : 120)

- a) Pengembangan pasar.
- b) Pengembangan produk.
- c) Pengembangan organisasi.

Pada hasil penelitian ini pengembangan organisasinya, terhadap Pedagang Kaki Lima bukan terhadap para pedagang, sedangkan pengembangan organisasi menurut teori Kotler, Philip dan Keller Kevin lebih kepada bagaimana pengembangan organisasi di suatu bisnis seperti perusahaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada Pedagang Kaki Lima (PKL) di Alun-alun Epicentrum Kabupaten Bone mengacu pada rumusan masalah, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Strategi yang digunakan oleh pedagang kaki lima di Alun-alun Epicentrum Kabupaten Bone yaitu kebanyakan mengutamakan kualitas, baik barang, rasa, tempat serta pelayanan kepada konsumennya. Sedangkan dalam segi harga yang dijual oleh penjual masih bisa dijangkau oleh masyarakat dikarenakan sebagian besar masyarakat Bone mempunyai penghasilan menengah kebawah. Dimana hal tersebut menjadi daya tarik tersendiri kepada masyarakat untuk berkunjung dan membeli barang dagangan Pedagang Kaki Lima yang ada di Alun-alun Epicentrum Kabupaten Bone.

2. Faktor penghambat Pedagang Kaki Lima yaitu sebagian besar Pedagang Kaki Lima di Alun-alun Epicentrum Kabupaten Bone mengatakan untuk faktor pemghambatnya adalah faktor cuaca yang tidak bisa diprediksi. Dikarenakan apabila ketika hujan turun maka akan sedikit masyarakat yang akan berkunjung ke Alun-alun Epicentrum Kabupaten Bone. Selain itu, faktor yang menjadi penghambat Pedagang Kaki Lima yaitu bencana alam. Dari kedua faktor tersebut yang menjadi penghambat Pedagang Kaki Lima untuk berjualan di Alun-alun Epicentrum Kabupaten Bone.
3. Strategi pengembangan yang digunakan oleh Pedagang Kaki Lima di Alun-alun Epicentrum Kabupaten Bone yaitu:
4. Menjual produk terbaru yang banyak diminati oleh masyarakat dan juga bervariasi sehingga menjadi daya tarik tersendiri kepada masyarakat untuk berkunjung ke Alun-alun Epicentrum Kabupaten Bone.
5. Dengan memanfaatkan lokasi Alun-alun dimana Alun-alun merupakan tempat yang sering dikunjungi oleh masyarakat untuk sekedar liburan, berolahraga ataupun berkumpul dengan keluarga bahkan teman terdekat sehingga dimanfaatkan oleh Pedagang Kaki Lima untuk berjualan di sekitar Alun-alun Epicentrum Kabupaten Bone.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terdapat beberapa saran dari peneliti, diantaranya :

- a) Bagi Pedagang Kaki Lima diharapkan untuk mengembangkan bisnisnya baik dari segi kualitas barang dagangan, pelayanan, tempat yg ditempati untuk jualan, dan menambah inovasi atau hal yang baru untuk di jual, sehingga menambah daya tarik masyarakat Bondowoso, atau luar Bondowoso untuk berkunjung dan membeli dagangan yg di jual Pedagang kaki Lima, sehingga pendapatan yang di peroleh lebih banyak dari sebelumnya.
- b) Bagi peneliti selanjutnya apabila tertarik untuk melakukan penelitian dengan objek yang sama diharapkan menambah variabel lain untuk mengetahui perkembangan dan keterbaruan faktor lain yang dapat memengaruhi motivasi berprestasi dan hasil belajar

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, S.R., Karim, D.A. and Fitria, S. (2024) 'Peran Dan Fungsi Bahasa Sebagai Komponen Utama Dalam Komunikasi Bisnis', 2(1).
- Astuti, A., Mane, A.A. and Saleh, M.Y. (2023) 'Peran

- Perkembangan Teknologi Digital Terhadap Strategi Pemasaran Dan Distribusi Umkm Kota Makassar', *Indonesian Journal of Business and Management*, 6(1), pp. 175–180.
- Kurni, K., Busaini, H. and Jufri, A. (2023) 'Etika Tijarah Islami Pedagang Sembako di Pasar Tradisional Sengkol Kecamatan Pujut Kabupaten Lombok Tengah', *Indonesia Berdaya*, 4(2), pp. 663–672.
- Kusumah, A., Fauli, H. and Jannah, R. (2020) 'STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) STUDI KASUS PADA TOKO MERDEKA SANGATTA KABUPATEN KUTAI TIMUR', *Jurnal Tinta Nusantara*, 6(2), pp. 65–71.
- Lubis, R. (2022) 'Pengaruh E-Commerce Terhadap Pendapatan', *Juripol*, 5(2), pp. 443–450.
- Moh, H., Asmito and Khofifurrahman, H. (2023) 'Penerapan Strategi Pemasaran Dalam Persaingan Bisnis Pasar Di Pt. Ash Shofwah Group Tour Haji Dan Travel', *Jurnal al-Idarah*, 4(1), pp. 138–150.
- Rahayu, I.E. (2020) 'Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kaki Lima Di Alun-Alun Ponorogo', *Doctoral dissertation, IAIN PONOROGO*, pp. 1–43.
- Setiawati, F. (2020) 'Manajemen Strategi untuk Meningkatkan Kualitas Pendidikan', *Jurnal At-Tadbir: Media Hukum dan Pendidikan*, 30(1), pp. 57–66.
- Tresnawati, Y. and Prasetyo, K. (2022) 'Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Bisnis Kuliner', *Journal of New Media and Communication*, 1(1), pp. 43–57.
- Wadu Djami, R., Bumi Kellen, P. and Ahmad, M. (2021) 'ANALISIS PERBANDINGAN PENDAPATAN USAHA JASA DRIVER GRABBIKE DAN OJEK PANGKALAN DI OEBOBO KOTA KUPANG', *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 13(2), pp. 77–98.
- Widdya Tangkulung, George Kawung, W.R. (2020) 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Petani Cengkeh Di Kecamatan Kakas Raya', *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(1), pp. 143–152.
- Yuliaty, T., Shafira, C.S. and Akbar, M.R. (2020) 'Strategi UMKM Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Global', *Mbia*, 19(3), pp. 293–308.