MANAJEMEN STRATEGIS PEDAGANG KAKI LIMA

(STUDI PERANTAU MINANGKABAU)

**Syamsul Bahri**

Prodi Pendidikan Ekonomi, Sekolah Tinggi Ilmu Keguruan dan Pendidikan Nasional

email: syamsulbahri.stmm@gmail.com

*ABSTRACT*

*Existence of retail dealer for most local rural government, sub-province also province government in Indonesia become an obstacle for the rural or regional development and planning program. Retail dealer is identified with dirty atmosphere, dirty, disorder and an dealer in one of the informal sectors that becomes a good alternative for Indonesian people to increase their living standard and their life. In the middle of decreasing of Indonesian economic, retail dealers still could continue their life and even they could expand it with a high speed and also increase the economics. In relation with the problem above, has conducted the research concerning to the management strategy of retail dealer. With the qualitative method by participating and doing interview to see and describe the strategy how to start a business, buying and choosing merchandise commodity and selling the merchandise and develop. All element describe are the main principals that make retail dealer could grow independently.*

***Keywords:*** *Management strategy, retail dealer, originated from Minangkabau*

# PENDAHULUAN

Disadari atau tidak sebagian besar masyarakat Indonesia bekerja di sektor informal. Pada saat Indonesia dilanda krisis ekonomi yang hebat pada tahun 1998, sektor informallah yang mampu bangkit dan bertahan dari terpaan badai keterpurukan ekonomi nasional. Mereka dapat hidup, tumbuh dan menggerakkan roda ekonomi bangsa Indonesia.

Pedagang kaki lima (PKL) adalah salah satu sektor informal yang digeluti oleh berbagai masyarakat etnik di Indonesia, terutama etnik Minangkabau yang banyak menyebar di kota-kota dan daerah-daerah di seluruh Indonesia disamping etnik lainnya. Jenis dagangannyapun sangat beragam dari pakaian, makanan sampai dengan buku-buku komik ataupun pelajaran. Semua sanggup mereka jual dan perdagangkan di pinggir jalan atau di pasar-pasar tradisonal yang kumuh. PKL memilih lokasi dan tempat berdagang pada ruang-ruang publik, karena memanfaatkan ruang yang memiliki akumulasi pengunjung tinggi (ruang lalu lalang pengunjung) dankemudahan pencapaian oleh pengunjung (Widjajanti 2009).

Namun, belakangan ini sering ditampilkan di berita-berita surat kabar dan televisi tentang terjadinya penggusuran para PKL oleh pemerintah masing-masing daerah. Biasanya pertimbangan penggusuran itu adalah demi alasan keindahan, ketertiban, zona peruntukan, keabsahan hukum usaha. Hal itu lebih banyak menguntungkan pihak penguasa ketimbang untuk kalangan masyarakat berpenghasilan rendah. Kecenderungan pembangunan tersebut lebih menekankan pembangunan fisik yang secara visual indah dan teratur, pemasukan pajak asli daerah tinggi atau demi kemajuan namun mengabaikan hak asasi bagi rakyat banyak berupa kesejahteraan bagi mereka.

Umumnya yang terlihat oleh kita, tapi tidak semua bahwa sector informal khususnya PKL memiliki ciri-ciri bersifat tidak teratur, tak tersentuh peraturan, bersifat harian, tempat tidak tetap, tidak membutuhkan keahlian atau keterampilan khusus, bergerak di lingkungan kecil dan kekeluargaan dan tak harus mengenal system perbankan serta pembukuan atau kredit. Akibatnya, PKL sering ditolak keberadaannya dan sama sekali tidak memperoleh perlindungan, mereka diburu-buru dan digusur, karena dianggap mengganggu ketertiban umum. Sering perilaku mereka dianggap menjengkelkan, karena menguasai trotoar atau menutup pintu masuk ke toko-toko formal, namun hal ini terjadi karena tidak ada tempat khusus untuk menampung mereka sesuai dengan sifat alamiah nonformal mereka yang selalu mendekai kerumunan orang dan lokasi-lokasi yang ramai dikunjungi orang.

Keberadaan pkl sebenarnya sangat membantu, terutama karena latar belakang perekonomian yang beragam. Hanya saja, kompleksitas permasalahan yang ditimbulkan oleh keberadaan pkl perlu ditindaklanjuti lebih jauh. Kemacetan, lingkungan yang terkesan kumuh menjadi alasan utama untuk pemerintah untuk melakukan tindakan pengusiran. Keadaan ini perlu kebijakan dari pemerintah, agar dapat merelokasi tempat-tempat pkl sehingga menciptakan ketertiban dan kebersihan lingkungan (Siswadi 2014).

Itulah gambaran yang melekat pada PKL, maka untuk memanusiakan para PKL dan melihat lebih dalam fenomena kemandirian yang mereka tampilkan dalam berusaha, dirasa perlu dilakukan sebuah kajian yang mendalam melalui sebuah penelitian. Dimana, diharapkan hasil dari penelitian ini dapat membuka mata kita terhadap apa yang dilakukan dan dialami oleh para penyandang profesi PKL dalam kesehariannya serta memberikan gambaran yang lebih lengkap dan konkret mengenai PKL. Terlebih lagi dapat menjadi acuan bagi pemerintah daerah dalam memahami dan mengerti kebutuhan PKL untuk pengembangan dan pembangunan daerah dan atau kota.

Satu hal yang menarik bagi penulis untuk melakukan penelitian adalah karena penulis melihat sebuah kekhususan atau ciri khas pola perdagangan mereka yang berbeda dengan PKL di wilayah lainnya di Indonesia. Umumnya PKL hanya menggelar barang dagangannya pada sebuah lapak di pinggir jalan atau pasar tradisional dan selanjutnya menunggu pembeli lewat atau berlalu lalang, namun PKL di pasar Jatibarang berbeda. PKL yang didominasi oleh perantau Minang, dapat mengelola barang dagangannya dan menarik pembeli sedemikian rupa dengan omset yang besar, dimana mereka mampu sebagai penjual dan sekaligus pembeli dalam berdagang. Ini didukung dengan kemampuan menerapkan strategi memulai berdagang, memilih dan membeli jenis produk/komoditi dagangan, menjual dan membangun, membina dan menjaga ajringan kerjasama antar PKL yang menjadi satu kesatuan strategi manajemen PKL. Untuk itulah penulis tertarik untuk melihat bagaimana strategi manajemen PKL di Pasar Jatibarang.

Istilah pedagang kaki lima (PKL) timbul pada zaman pemerintahan colonial Belanda, pada masa Raffless memimpin tahun 1811. Ketika itu Raffless mengeluarkan peraturan lalu lintas untuk perencanaan kota yang menyatakan bahwa 5 feet (kaki lima) di sebelah kiri kanan jalan dari tepi jalan ditetapkan untuk pejalan kaki yang kemudian digunakan sebagai tempat berdagang, maka timbullah istilah PKL (Tarjo *dalam* Yulia 1986). Hal lain yang mendukung istilah PKL muncul pada abad akhir silam, bahwa dalam tata kota di era tersebut bangunan rumah toko yang berbatasan langsung dengan jalan, dikawasan perdagangan tengah kota biasanya merupakan bangunan bertingkat dua atau lebih. Bagian depan dari tingkat dasar toko itu, serambi yang lebarnya sekitar lima kaki, wajib dijadikan suatu lajur dimana pejalan kaki dapat melintas. Lajur ini kemudian dikenal sebagai kaki lima, dari lebarnya yang lima kaki itu. Pedagang yang memanfaatka lajur itu, kemudian dikena sebagai PKL ( Sidharta 2000).

Menurut Ismawan (2002) PKL yang merupakan bagian ekonomi kerakyatan atau sector non formal, memiliki ciri-ciri: informalitas, mobilitas, dilakukan sendiri atau satu keluarga, mandiri dengan keterbatasan modal dan berusaha apa adanya. Namun mampu bertahan ditengah-tengah deraan badai keterpurukan ekonomi nasional Indonesia. PKL asal daerah Minang misalnya telah mampu memberi pengaruh terhadap pembangunan daerah di Indonesia, khususnya bagi Provinsi Sumatera Barat ( Naim 1972).

PKL juga melakukan aktifitas penjualan dan tentunya harus mampu mengelola. Dalam prinsif ilmu manajemen kegiatan berdagang dibutuhkan kemampuan manajemen yang baik termasuk juga PKL. Manajemen adalah suatu kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan yang dilakukan oleh sebuah organisasi, sekelompok individu guna mengkordinasikan berbagai sumber daya yang dimiliki untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan secara efektif dan efisien ( Siagian 2003). Dalam mengelola sebuah perdagangan perlu juga strategi dimana bagaimana memanfaatkan aset fisik dan materi yang dimiliki seluruh unsur organisasi menjadi sesuatu yang bermanfaat dan bernilai (Kaplan *et.al* 2004).

# METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Dilakukan di Pasar Jatibarang Kabupaten Indramayu Provinsi Jawa Barat. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, pengamatan dan studi dokumen. Informan penelitian adalah pedagang kaki lima perantau Minang yang berdagang di Pasar Jatibarang. Informan di pilih secara sengaja dengan teknik *snow bolling* (Moleong 1999*).* Data dianalisis meliputi reduksi data, penyahian data dan penarikan kesimpulan (Miles dan Huberman *dalam* Sitorus 1998).

# HASIL DAN PEMBAHASAN

1. **Strategi Memulai Usaha**

Strategi memulai usaha pengertiannya adalah hal-hal apa saja yang dipersiapkan atau dilakukan oleh PKL perantau Minangkabau dalam memulai berdagang. Dari hasil wawancara terhadap informan, mereka harus memperhatikan beberapa hal berikut, yaitu : (1) apakah mereka memiliki uang atau dana sebagai modal awal, (2) apakah mereka membawa keluarga atau bujangan, (3) apakah mereka berniat berusaha sendiri, (4) apakah mereka sudah memiliki pengalaman berdagang sebelumnya atau perlu belajar terlebih dahulu dan (5) terakhir adalah apakah mereka mempunyai kerabat atau keluarga di Jatibarang.

Hal-hal tersebut merupakan faktor personal dan situasional yang akan sangat menentukan bagi PKL perantau Minangkabau dalam memulai berdagang, dimana antara faktor yang satu dengan yang lain saling berkaitan.

PKL perantau Minangkabau yang datang ke Jatibarang dengan membawa modal usaha (uang), maka selanjutnya yang perlu diperhatikan adalah pengalamannya dalam berdagang, disamping kecukupan uang yang mereka bawa untuk membeli jenis barang dagangan tertentu dan untuk mengontrak rumah. Bagi yang sudah berpengalaman berdagang di tempat lain (diluar Jatibarang), mereka cukup memperhatikan kecukupan uang yang mereka bawa untuk membeli barang dagangan jenis tertentu dan tempat tinggal. Umumnya bagi yang membujang cenderung untuk menumpang di rumah kerabat atau teman sekampung yang lebih dahulu tinggal di Jatibarang, namun tidak menuntut kemungkinan hal tersebut dijalani oleh calon PKL perantau Minangkabau Jatibarang yang hanya memiliki uang yang pas-pasan. Jika calon PKL perantau Minangkabau memiliki modal, namun belum berpengalaman atau belum pernah berdagang maka mereka akan mempelajari proses berdagang kurang lebih 2-4 minggu, setelah itu baru terjun sendiri dengan tetap mendapatkan bimbingan teman ataupun kerabat dekat.

Lama waktu diperlukan untuk mempelajari situasi dan kondisi untuk memulai usaha bagi PKL perantau Minangkabau Jatibarang tidaklah sama, tergantung pada kepada motivasi, keuletan dan kemauan serta kemandirian. Namun dalam waktu 1-3 bulan, bakat atau kemampuan mereka sudah terlihat. Bagi yang tidak memiliki bakat berdagang mereka tidak akan mampu mandiri dan berkembang, dalam waktu hanya 3 bulan mereka akan menghabiskan modal usaha yang mereka bawa.

PKL perantau Minangkabau yang datang ke Jatibarang dengan tidak membawa modal, umumnya bagi bujangan, maka mereka akan mencari teman ataupun kerabat yang telah menjadi PKL di Jatibarang untuk dijadikan “induk semang” dalam menggantungkan hidup dan mencari uang untuk modal usaha serta belajar berdagang dan memahami karakteristik situasional pasar Jatibarang. Umumnya lama waktu yang diperlukan bagi PKL perantau Minangkabau Jatibarang menjadi “anak buah” dan mengumpulkan uang untuk modal minimum satu periode berdagang, yaitu satu tahun.

Kelompok yang tidak memiliki modal, yang menjadi “anak bauh”, disamping mengasah keterampilan akan belajar banyak hal dengan “induk semang”. Khusus dalam hal memulai berdagang mereka akan belajar memahami :

1. **Karakteristik Pembeli,** para pembeli atau pengunjung pasar Jatibarang yang berbelanja kepada PKL perantau Minangkabau dalam bentuk “bakulan”, disamping yang membeli satuan. “Bakulan” adalah suatu istilah untuk pembeli yang membeli barang dagangan ke PKL dengan jumlah yang banyak, umumnya untuk dijual kembali di kampung-kampung atau di desa-desa para “pebakul” masing-masing.
2. **Jenis dagangan yang akan laku dijual,** jenis barang dagangan sangat berkaitan erat dengan besarnya modal awal dan wawasan keahlian PKL sendiri terhadap suatu jenis barang serta daya beli atau minat masyarakat pengunjung pasar
3. **Besar uang yang perlu disiapkan sebagai modal usaha untuk jenis barang dagangan tertentu,** modal usaha yang dimiliki atau didapat dari “induk semang” sangat bervariasi besarnya, maka dalam memulai berdagang para PKL perantau Minangkabau harus menyesuaikan dengan kondisi yang ada, agar barang usaha yang dimulai layak.
4. **Lokasi usaha,** perlu diperhatikan lokasi usaha yang sesuai dengan jenis dagangan, karena suatu usaha yang dimulai akan cepat berkembang jika ditempat dijalur lokasi PKL yang tepat.

Modal usaha akan didapat dari upah bekerja yang dikumpulkan atau disimpan oleh “induk semang” selama bekerja dalam kurun waktu satu periode berdagang (satu tahun). Setiap hari mereka hanya diberi “uang rokok”, sedangkan makan dan tempat tinggal sudah dijamin oleh majikan. Proses kemandirian tidak lepas dari dukungan dan asuhan dari “induk semang” yang memotivasi “anak buah” bersemangat dalam berjualan. Disamping itu juga seorang “anak buah” umumnya kerabat mereka sendiri yang perlu mereka dukung untuk maju. Waktu setahun atau sampai dua tahun sudah cukup bagi mereka untuk berani mencoba memiliki barang dagangan sendiri. Kemampuan untuk mandiri dengan berdagang sendiri tidaklah sama bagi setiap orang, namun motivasi untuk tidak menjadi anak buah seumur hidup sudah cukup memompa semangat mereka. Tidak jarang juga dari mereka menjadi “anak buah” lebih dari satu kali.

Unsur strategi memulai usaha dalam strategi manajemen PKL perantau Minangkabau di Jatibarang yang dipengaruhi oleh faktor personal dan situasional tersebut diatas, bila dicermati lebih lanjut dapat dikelompokkan dalam tiga (tiga) aspek yaitu : modal, sumber daya manusia (SDM) dan alat, yang sejalan dengan aspek manajemen modern. Aspek modal mewakili faktor situasional keuangan calon PKL perantau Minangkabau sebagai modal usaha. Aspek SDM mewakili faktor pengalaman yang dimiliki PKL perantau Minangkabau tersebut dalam berdagang. Sedangkan aspek alat adalah bakat atau kemampuan berdagang perantau Minangkabau dalam berdagang, karena aspek alat produksi bagi PKL sama dengan aspek SDM.

1. **Strategi Memilih dan Membeli Jenis Komoditi**

Unsur kedua dalam strategi manajemen PKL perantau Minangkabau di Jatibarang adalah keahlian dalam memilih dan membeli jenis barang dagangan. Sebagaimana kita ketahui bahwa umumnya PKL memiliki karakteristik modal kecil dan tempat terbatas, untuk itu mereka dalam membeli barang bukan jumlah atau kuantitas yang diutamakan, namun melihat beberapa aspek, yaitu : (1) modal usaha, (2) wawasan, (3) tempat, (4) daya beli masyarakat dimana dagangan tersebut akan dijual, (5) cepat laku atau terjual, (6) keberagaman warna, (7) model, dan (8) ukuran.

Melihat aspek-aspek diatas maka pedagang harus jeli dalam membeli barang dagangan, untuk itu mereka harus memiliki kiat dan strategi khusus. Dari hasil pengamatan dan wawancara di lapangan, agar barang dagangan mereka cepat laku dan modal yang ada dapat berputar, maka mereka harus melakukan tiga hal berikut, yaitu :

1. **Membeli barang dagangan tidak pada satu tempat,** hal ini dikarenakan jika satu tempat mereka tidak akan punya banyak pilihan, sementara itu mereka membutuhkan banyak variasi model dan warna.
2. **Tidak membeli dalam jumlah yang banyak,** dalam arti kata tidak menumpuk barang dagangan di rumah, karena kalau hal ini dilakukan maka perputaran uang akan lambat dan kemungkinan banyak barang yang tersisa. Biasanya disatu tempat mereka hanya membeli satu sampai dengan dua lusin barang dagangan.
3. **Mengutamakan keberagaman atau kelengkapan dalam hal warna, ukuran dan modal,** karena hal ini akan menjadi daya tarik pembeli. Untuk itu mereka harus berbelanja minimal dua kali dalam seminggu.

Jarak belanja yang cukup jauh, dari Jatibarang ke Jakarta, dan memerlukan biaya dan tenaga, maka tidak memungkinkan pedagang untuk berbelanja setiap saat. Sementara itu, mereka dituntut untuk berbelanja sesering mungkin, karena barang dagangan mereka sudah terjual dan harus ada barang baru sebagai daya tarikdan pemenuhan kebutuhan pembeli. Untuk mengatasi hal tersebut, biasanya pedagang di Jatibarang bekerja sama dengan sesame pedagang. Kebiasaan disana mereka saling nitip belanja satu sama lain, dan ini dilakukan timbal balik, misalnya minggu ini si A menitipkan barang dagangan dua lusin kepada pedagang B yang berbelanja ke Jakarta, hari berikutnya si B menitipkan juga kepada si A. Mengingat jumlah yang dititipkan tidak terlalu banyak maka tidak menjadi beban yang dititipkan, biasanya yang menitipkan membayar dengan istilah ongkos sebesar Rp. 5.000-10.000 sekali titip, tergantung pada jumlah atau berat dan jenis barang dagangan yang dititipkan. Hal ini selalu dilakukan oleh pedagang.

Kondisi tersebut berbeda pada bulan menjelang puasa yang mereka sebut musim ramai pembeli mengingat di Jakarta banyak barang yang dibeli oleh pedagang makanya banyak barang yang kosong pada musim ramai. Untuk menyikapinya pedagang harus memiliki strategi yang berbeda, biasanya mereka pergi berbelanja sendiri dan tidak menitipkan kepada pedagang lain. Hal ini dikarenakan sulitnya untuk mendapatkan barang, jangankan untuk yang menitipkan, untuk sipedagang yang membeli sendiri terkadang kesulitan mendapatkan barang dagangan. Mereka lebih baik membeli sendiri biar puas dan tidak terlalu merepotkan yang dititipkan. Untuk itu biasanya pedagang membeli dalam jumlah banyak ketika menjelang hari ramai dengan istilah stok barang. Hal ini dilakukan untuk mengatasi kekurangan barang. Karena kalau tidak ada barang, pedagang bisa rugi, karena pada bulan-bulan itulah yang sangat diharapkan untuk mendapatkan keuntungan. Kegiatan melakukan penyimpanan/penumpukan arang hanya dilakukan pada musim-musim ramai. Dengan asumsi barang pasti banyak yang laku/terjual karena kebutuhan dari si pembeli, dan biasanya pembeli tidak terlalu memilih-milih karena kondisi yang sangat ramai dan daya beli konsumen yang tinggi.

Hal lain yang menyebabkan mengapa pedagang membeli dalam jumlah banyak pada musim-musim ramai, karena mereka sering mendapatkan kekecewaan barang di Jakarta sudah habis atau tidak ada. Sehingga mereka sudah mengalami kerugian dari segi waktu dan biaya.

Unsur strategi memilih dan membeli jenis komoditi/barang dagangan dalam strategi manajemen PKL perantau Minangkabau di Jatibarang yang dipengaruhi oleh personal dan situasional tersebut diatas, ini berkaitan dengan aspek bahan baku (material) dalam manajemen modern. Dimana untuk kelancaran dan optimalisasi sebuah usaha diperlukan dukungan bahan baku barang atau komoditas yang tepat, efisien dan efektif.

1. **Strategi Menjual**

Menjual barang dagangan adalah hal yang sangat pokok dan memerlukan kemampuan tersendiri dari pedagang, karena keberhasilan dari seorang pedagang ditentukan dari kemampuan dia untuk menjual barang dagangannya dan keuntungan akan ditentukan pula dari proses ini. Untuk itu pedagang harus memiliki strategi khusus dalam menjual barang dagangan.

Keberhaasilan seorang pedagang dalam menjual ditentukan banyak faktor, diantara : jenis barang dagangan, lokasi yang strategis harga, mutu/kualitas, cara menampilkan barang dagangan, pelayanan, individu si penjual dan teknik-teknik lainnya seperti cara menawarkan barang dagangan yang lebih dikenal dengan komunikasi penjualan. Keseluruhan dari faktor tersebut sangatlah penting dan harus diperhatikan oleh pedagang agar mendapatkan keuntungan.

Hasil penelitian yang diperoleh di lapangan, PKL perantau Minangkabau memiliki strategi khusus dalam menjual barang dagangannya yang berbeda dengan PKL dari etnik lain, yaitu :

1. **Menampilkan barang dagangan.** PKL perantau Minangkabau sangat memperhatikan cara dan tata letak barang dagangan yang mereka jual. Semua barang dagangan yang dimiliki akan dibawa ketempat berdagang dan diupayakan seleuruhnya diletakkan diatas “amben”dalam bentuk tumpukan yang tersusum rapi dengan kemasannya masing-masing. Beberapa helai dari barang yang dimiliki akan dibuka dari kemasan, kemudian digantung dikayu “pajangan” dan dliipat diatas “amben”. Barang yang dibuka untuk digantung di kayu “pajangan” dan diipat diatas “amben” harus dipilih berdasarkan variasi warna dan model yang menarik, umumnya dipilih dari barang baru dan atas unsur keterwakilan dari latar belakang yang ada. Mereka melakukan itu supaya barang dagangan mereka nampak jelas terlihat dan dapat menarik perhatian calon pembeli.
2. **“Bersorak” menawarkan barang dagangan.** PKL perantau Minangkabau di Jatibarang dengan meneriakkan barang dagangan atau istilah “basorak” untuk menarik pembeli datang melihat barang dagangan mereka. Pedagang meneriakkan barang dagangan kepada calon pembeli dengan suara yang lebih keras sehingga tidak hanya terdengar oleh hanya calon pembeli yang sedang memilih barang dagangan tetapi juga dapat didengar oleh orang yang berada agak jauh. Hal-hal yang diteriakkan terkait dengan harga, jenis barang dagangan, variasi warna dan kualitas barang dagangan yang disampaikan dengan intonasi suara yang naik trun dan berirama, bahkan dengan pantun-pantun. Hal ini dilakukan untuk mepercepat informasi sampaike calon pembeli, yang akhirnya dapat menumbuhkan kebutuhan pembeli terhadap suatu jenis barang tertentu.
3. **Menggunakan bahasa daerah setempat.** Hal yang menarik juga meskipun pedagang tersebut tidak terlalu mengetahui keseluruhan bahasa asli daerah Jatibarang, tetapi mereka selalu berusaha berkomunikasi dengan bahasa setempat meskipun seadanya yang penting calon pembeli mengerti apa yang mereka ucapkan, memang pada umumnya pembeli masih banyak yang menggunakan bahasa daerah.
4. **Menentukan harga jual yang sama.** PKL perantau Minangkabau dalam menentukan harga jual ada sebuah kesepakatan tidak tertulis, yang hanya terjadi secara moral. Dimana diantara mereka akan memberikan harga jual yang sama terhadap suatu jenis barang yang sama. Jadi dalam transaksi tidak banyak terjadi tawar-menawar harga antara PKL perantau Minangkabau dengan pembeli. Namun ada kebijakan *discount* yang dapat diberikan oleh penjual kepada pembeli, yang besarannya bervariasi tergantung kepada nilai jual barang dan jumlah barang yang dibeli oleh pembeli. PKL perantau Minangkabau tidak terlalu mengambil untung besar, yang penting barang cepat laku dan dapat dibelajakan kembali, jadi barang dagangan selalu terlihat baru. Rata-rata mereka mengambil keuntungan sebesar Rp. 5.000-7500 setiap transaksi.
5. **Menukarkan barang yang sudah dibeli.** PKL perantau Minangkabau sanagat mengakomodasi jika ada pembeli akan menukarkan barang yang sudah dibeli dan dibawa pulang sepanjang kondisi barang masih baik (tidak rusak) dan ditukarkan dengan jenis barang yang sama. Jika pembeli ingin menukarkan dengan jenis barang yang harganya lebih mahal, maka pembeli harus menambah atas kekurangannya.
6. **Menjual habis barang dagangan pada “akhir tahun buku” (hari raya idul fitri).** Prinsip yang penting cepat laku dan perputaran barang cepat ternyata dapat meningkatkan keuntungan. Ini berlaku pada bulan-bulan yang normal, namun menjelang tutup buku atau seminggu menjelang hari raya idul fitri, mereka berusaha menghabiskan barang dagangan dengan menjual lebih murah dari harga normal yang penting mereka tidak rugi. Hal ini mereka lakukan karena menurut pengalaman mereka setelah hari raya idul fitri, biasanya selama dua bulan sampai tiga bulan daya beli masyarakat rendah, makanya mereka tidak berjualan. Mereka menghabiskan waktu di kampung halaman. Setelah mereka kembali dari kampung halaman barulah mereka memulai berdagang kembali dengan barang dagangan yang baru. Kalau mereka tetap menjual sisa-sisa sebelumnya maka barang dangangan mereka tidak laku, karena pada bulan sepi pembeli sangat selektif.
7. **Berdagang berpindah-pindah.** PKL perantau Minangkabau dikenal dengan keuletan mereka, hal ini terlihat dari kegiatan berdagang yang mereka lakukan. Mereka tidak hanya menjual barang dagangan disatu pasar tetapi mereka pada sore hari mencari tempat keramaian atau pasar malam dengan membawa barang dagangan yang mudah dibawa dan tidak terlalu banyak. Karena memang budaya masyarakat Jatibarang dan sekitarnya ada perayaan-perayaan setiap bulannya, dimana pada perayaan tersebut ramai pengunjung, hal ini dimanfaatkan oleh perantau Minangkabau untuk meraih rezeki. Terkadang mereka tidak hanya mendatangi lokasi perayaan yang ada di wilayah Jatibarang, tetapi juga diluar Jatibarang seperti Cirebon, Pamanukan hingga Subang. Dengan berjualan di pasar dan diperayaan-perayaan dapat mempercapat perputaran barang dangangan dengan sendirinya akan meningkatka keuntungan.

Unsur strategi menjual dalam strategi manajemen PKL perantau Minangkabau di Jatibarang yang dipengaruhi oleh faktor personal dan situasional tersebut diatas ini berkaitan dengan aspek metode berusaha dalam manajemen modern. Dimana untuk percepatan pengembangan seuah usaha diperlukan metode-metode atau tata cara tertentu yang tepat, efisien, dan efektif.

1. **Strategi Membangun, Membina, dan Membina, dan Menjaga Kerjasama**

Keberhasila perantau PKL perantau Minangkabau membangun, membina, dan menjaga kerjasama (*networking*) antar sesama merupakan kunci sukses untuk tumbuh dan berkembang dengan mandiri mengelola usaha di pasar Jatibarang. Adanya kerjasama yang terjalin baik, mebuat PKL perantau Minangkabau merasa lebih aman dan cepat melakukan adaptasi dengan lingkungan setempat. Namun, tidaklah mudah membangun *networking,* perlu usaha yang kuat untuk membangun keuntungan secara timbal balik.

Hal-hal yang dilakukan oleh PKL perantau Minangkabau Jatibarang untuk Membangun, Membina, dan Menjaga Kerjasama adalah sebagai berikut :

1. **Saling kenal.** PKL perantau Minangkabau barusaha untuk saling kenal dengan PKL perantau Minagkabau lainnya. Proses saling kenal ini dimulai dari yang paling dekat hubungan kekerabatannya hingga keseluruh PKL perantau Minangkabau. Mereka tidak hanya sekedar mengenal nama, namun juga mengetahui anggota keluarga (anak, istri/suami, family, dan lain-lain) PKL perantau Minangkabau lainnya.
2. **Berinteraksi secara intens.** Komunikasi atau interaksi sesame mereka tidak hanya sebatas pertemuan di pasar Jatibarang. Namun juga dilakukan diluar kegiatan mereka berdagang. Tempat tinggal mereka yang berkelompok disuatu wilayah yaitu umumnya di BTN, maka interaksi yang sering dilakukan adalah setiap sore mereka berkumpul di “lapau” untuk hanya sekedar berbincang-bincang dan bermain “sipilang” ataupu menyaksikan pertandingan sepak takraw.
3. **Membentuk Paguyuban.** Kerjasama PKL perantau Minangkabau juga semakin tumbuh dan hidup dengan adanya sebuah paguyuban. Mereka membentuk sebuah paguyuban yang mewadahi aktifitas social antar mereka, seperti acara pernikahan/perkawinan, pengajian, arisan, dan social kematian. Bahkan kerjasama dengan Pemda dan aparat kepolisian setempat.
4. **Saling terbuka dan percaya.** Keterbukaan dan saling percaya merupakan hal mendasar yang selalu mereka tonjolkan dalam interaksi sehari-harinya. Hal ini dapat diperlihatkan ketika mereka saling menitipkan barang belanja kepada pedagang lain. Ketika mereka menitipkan berbelanja ke pedagang lain, mereka akan mendapatkan jenis barang dagangan yang mereka inginkan. PKL perantau Minangkabau harus mau dan sanggup untuk dititipkan oleh PKL lainnya. Disini terlihat tingkat kepercayaan yang tinggi diantara mereka.
5. **Tolong menolong.** Merupakan hal lain yang menunjang terjalinnya kerjasama yang baik diantara PKL perantau Minangkabau. Ini dapat terlihat dari adanya saling pinjam-meminjam uang sesama mereka. Pinjam meminjam uang dilakukan antar mereka untuk belanja ke Jakarta. Bagi pedagang yang kekurangan uang untuk belanja dan ada pedagang lain yang tidak berbelanja pada hari tersebut, maka pedagang yang akan berbelanja meminjam uang kepada pedagang yang tidak berbelanja. Baisanya mereka mengerti dan sanggup mengembalikan uang tersebut ketika pedagang yang bersangkutan membutuhkan untuk berbelanja. Adapunjarak pinjam berkisar 2-3 hari, atau sesuai dengan perjanjian awal.
6. **Berbagi informasi.** PKL perantau Minangkabau tidak segan-segan untuk berbagi informasi dengan rekan seprofesi yang berhubungan dengan kegiatan berdagang mereka. Umumnya informasi yang sering dibagi sesame PKL perantau Minangkabau antara lain : tempat membeli barang dagangan, tempat berjualan, cara menjual yang tepat. Persaingan diantara mereka tetap ada, namun persaingan umumnya hanya terjadi dalam interkasi dengan pembeli

Unsur strategi membangun, membina, dan menjaga kerjasama dalam strategi manajemen PKL perantau Minangkabau di Jatibaang yang dipengaruhi oleh faktor personal dan situasional tersebut diatas, ini berkaitan dengan aspek informasi dalam manajemen modern. Dimana PKL perantau Minangkabau dapat memahami bahwa kemajuan usaha yang mereka rintis tidak luput dari informasi atau wawasan atau pengetahuan yang mereka miliki. Informasi yang kaya hanya akan didapat bila mereka sering berinteraksi, mau terbuka dan mempercayai orang lain.

1. **Implikasi Dalam Teori Strategi Manajemen Pemasaran**

Strategi manajemen pemasaran adaah suatu kegiatan yang dilakukan oleh seorang pemasar atau perusahaan untuk pencapaian tujuan pemasaran yang optimal dengan efisien dan efektif. Dalam strategi manajemen pemasaran dikenal sebagai model bauran pemasaran 4P (marketing mix 4P). Disamping model *marketing mix* (4P), strategi manajemen pemasaran juga mengenal tiga unsur dalam pencapaian tujuan pemasaran sebuah produk atau jasa, yaitu : *segmentation, targeting, positioning.* Ketiga aspek tersebut, dalam dunia pemasaran, dikenal dengan pola STP.

Untuk itu, strategi manajemen PKL perantau Minangkabau di pasar tradisional Jatibarang yang didukung oleh 4 unsur strategi memiliki implikasi dalam teori strategi manajemen pemasaran.

# SIMPULAN

Dari penelitian yang telah dilakukan, maka didapat hasil bahwa PKL perantau Minangkabau telah menjadikan profesi PKL menjadi sebuah profesi yang perlu mendapatkan perhatian dari pemerintah daerah dan masyarakat umum, dimana khususnya PKL perantau Minangkabau telah menerapkan sebuah strategi manajemen yang telah tumbuh dan berkembang dalam kesehari-harian mereka. Strategi PKL perantau Minangkabau tersebut didiukung dengan empat unsur, yaitu : (1) Strategi memulai berdagang, (2) Strategi memilih dan membeli barang, (3) Strategi menjual, (4) strategi membangun, membina dan menjaga kerjasama antar PKL

# UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada informan yang telah banyak memberikan informasi guna mendukung penelitian ini. Selain itu kepada perantau Minang yang berada di Jatibarang yang telah turut memberikan bantuan secara moril. Kepada seluruh pedagang kaki lima yang terus berjuang untuk dapat bertahan hidup ditengah himpitan ekonomi dan persaingan pasar yang semakin terbuka.

# DAFTAR PUSTAKA

Ismawan, Bambang. 2002. Ekonomi Rakyat. *Jurnal Ekonomi Rakyat*. 1 (1).

Kaplan, S.R dan Norton. 2004. Strategy MAPS. Massachusetts: Harvard Business School Press.

Moleong, Johannes. 1999. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Rosdakarya.

Naim, Mochtar. 1972. Merantau Pola Migrasi Suku Minangkabau. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Siswadi, Yudi.2014. Persepsi Mahasiswa Tentang Keberadaan Pedagang Kaki

Lima Di Sekitar Kampus. *Manajemen & Bisnis*. 14 (2): 166-175.

Siagian, Renville. 2003. Pengantar Manajemen Agribisnis. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Sitorus, MT, felix. 1998. Penelitian Kualitatif. Bogor: IPB Press.

Widjajanti, Retno. 2009. Karakteristik Aktivitas Pedagang Kaki Lima Pada

Kawasan Komersial Di Pusat Kota, Studi Kasus: Simpang Lima, Semarang, *Teknik,* 30(3): 162-171.

Yulia, Efitri. 1986. Kehidupan social pedagang kaki lima orang Minangkabau di Pasar Tanah Abang. Skripsi Fisip. Depok: UI