KAJIAN PROFIL, ANALISIS *SWOT* DAN STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS KASUS PKL MAKANAN DAN MINUMAN

Hg. Suseno T.W. dan **A. Triwanggono**

Dosen Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta
Alamat korespondensi: Jl. Affandi, Mrican Tromol Pos 29 Yogyakarta
Email: *sen_t_wid@yahoo.co.id* / *triwanggono.feusd@gmail.com*

ABSTRACT

This research aims to find the profile of PKLs in food and beverages bussiness by discussing the bussiness through SWOT analysis and its future bussiness development strategy. This study involves 50 respondents of PKLs located in Jalan C Simanjuntak and Jalan Gejayan around some campuss. This research is conducted using a descriptive analysis and through IFE-EFE calculation about strenghts (S), weaknesess (W), opportunities (O) and threads (T). The findings show that PKLs survive despite of any economic circumstances, that means the strenghts is bigger than the weaknesess (S > W), the opportunities is bigger than the threads (O > T). Use the two-sample t-test to determine about sales and profit, we cannot to reject the null hypothesis is mean no difference between two PKLs located.

Keywords: *profile of PKL, SWOT analysis, business development strategy.*

1. PENDAHULUAN

Pedagang Kaki Lima (PKL) merupakan salah satu dari kelompok usaha bisnis berskala kecil dan menengah atau Small and Médium Enterprises (SMEs) atau Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak dalam bidang perdagangan di sektor informal. Jenis barang dagangan yang dijual dapat berupa barang tahan lama seperti hasil kerajinan hingga berupa barang tidak tahan lama seperti makanan dan minuman. Disebut PKL karena umumnya mereka menggelar barang dagangan di sepanjang trotoar jalan yang strategis dan ramai. Pedagang kaki lima adalah sebuah istilah yang diambil dari peraturan Belanda mengenai lebar trotoar di depan pertokoan, yang setidaknya harus memiliki luas 5 kaki. Peraturan ini dibuat untuk menjamin keamanan dan kenyamanan para pejalan kaki (Sidharta 2006 dalam Dimas 2008).

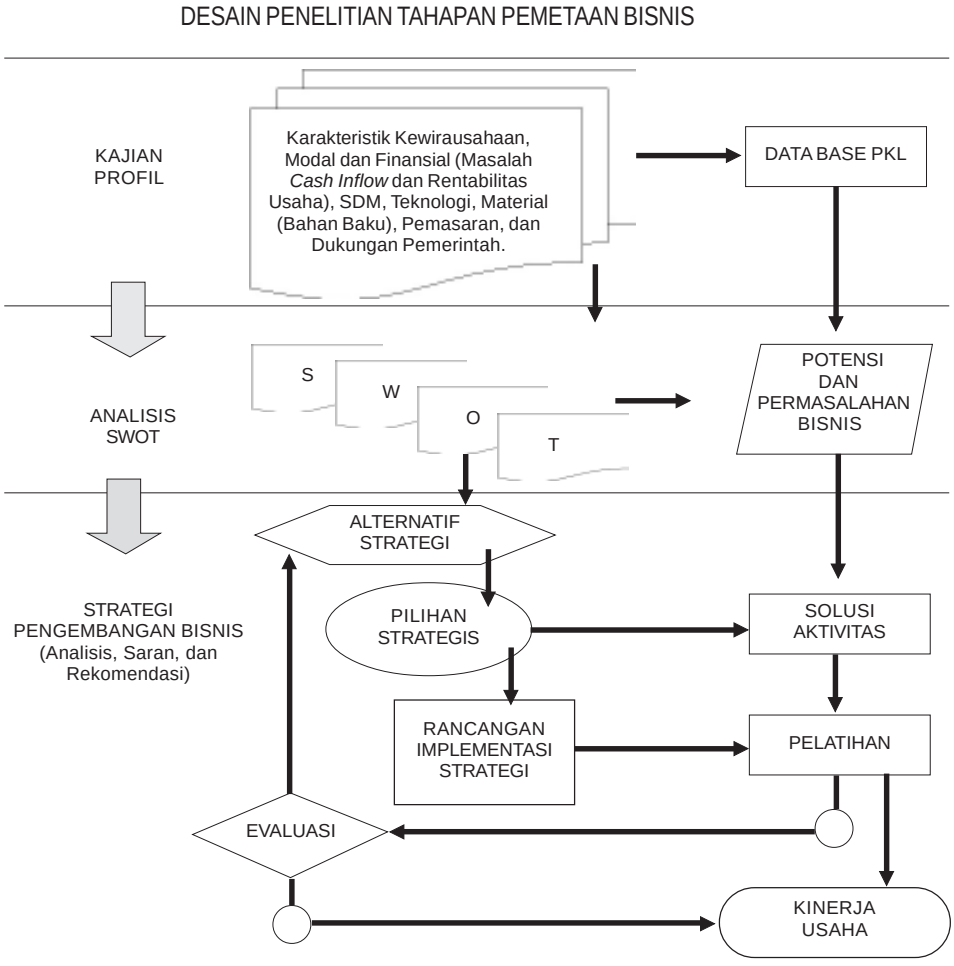
PKL merupakan bagian dari sektor informal yang di Indonesia perkembangan jumlah pekerjanya terus mengalami peningkatan. Dalam setahun terakhir (Februari 2013-Februari 2014) pekerja informal secara absolut bertambah sebanyak 420 ribu orang, tetapi secara persentase pekerja informal berkurang dari 60,34 persen pada Februari 2013 menjadi 59,81 persen pada Februari 2014." Kenaikan secara absolut ini berasal dari hampir seluruh komponen pekerja informal, kecuali penduduk bekerja berstatus berusaha dibantu buruh tidak tetap dan pekerja bebas di pertanian," tutupnya (*http://ekbis.sindonews.com*). Fokus dalam penelitian ini lebih mengarah pada pemberdayaan dan pengembangan bisnis di sektor informal. Salah satu dari upaya penelitian ini adalah bagaimana mampu memetakan profil dan potensi bisnis PKL melalui analisis *SWOT* (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman), serta melakukan kajian strategi pengembangan bisnis (*business development strategies*). Oleh karena itu memperhatikan pengembangan bisnis PKL dengan cara mengungkap profil dan pemetaan bisnis melalui analisis *SWOT* menjadi penting. Kajian terhadap pemetaan bisnis akan membantu menemukan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman PKL dan selanjutnya akan dapat dirumuskan alternatif-alternatif strategi pengembangannya dalam rangka lebih memberdayakan usaha mereka

Salah satu langkah yang tepat untuk melakukan pemetaan bisnis adalah dengan cara melakukan analisis *SWOT* (*strengths, weaknesses, opportunities,*

threats). Analisis *SWOT* dapat diterapkan dengan cara menganalisis dan memilah berbagai hal yang menjadi komponen keempat faktor itu, kemudian menerapkannya dalam gambar matrik *SWOT*, dimana aplikasinya adalah mengarah kepada pilihan bagaimana kekuatan mampu mengambil keunggulan (*advantage*) dari peluang (*opportunities*) yang ada, bagaimana cara mengatasi kelemahan yang mencegah ketidakunggulan (*disadvantage)* dari peluang yang ada. Selanjutnya bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu menghadapi ancaman yang ada, dan terakhir adalah bagimana cara mengatasi kelemahan (*weaknesses*) yang mampu membuat ancaman (threats) menjadi nyata atau menciptakan sebuah ancaman baru.

Selain untuk pemilihan alternatif-alternatif strategi, analisis *SWOT* juga bisa digunakan untuk melakukan perbaikan dan improvisasi. dengan mengetahui kelebihan (*strength dan opportunity*) dan kekurangan (*weakness dan threat*), maka juga dapat dilakukan perbaikan diri. Berdasar hasil analisis *SWOT*, alternative strategi yang dapat dipilih adalah meningkatkan *strength* untuk memanfaatkan *opportunity* atau meningkatkan strength untuk mengurangi dampak negatif *threat*, mengurangi weakness untuk dapat memanfaatkan *opportunity* atau mengurangi *weakness* untuk mengurangi dampak negatif dari *threat*.

Berdasarkan uraian di atas permasalahan yang diteliti adalah bagaimana kondisi profil bisnis PKL, seberapa besar potensi bisnis PKL, apa saja permasalahan yang dihadapi PKL, adakah perbedaan potensi serta permasalahan PKL Jalan C. Simanjuntak dan Jalan Gejayan, dan melalui analisis *SWOT* apa strategi yang tepat untuk pengembangan bisnis PKL ke depannya. Dari deskripsi latar belakang dan permasalahan, secara garis besar desain penelitian dapat diamati pada Gambar 1 yang menjelaskan keterkaitan antara kajian profil, analisis *SWOT*, dan model strategi pengembangan bisnis PKL.



Gambar 1. Desain Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang dikemukakan di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kondisi profil, pemetaan (*mapping*) potensi dan permasalahan bisnis PKL, perbedaan potensi serta permasalahan PKL Jalan C. Simanjuntak dan Jalan Gejayan, serta menemukan strategi yang tepat sebagai upaya pengembangan bisnis PKL.

Penelitian ini diharapkan dapat membantu memberikan informasi kepada pedagang kaki lima tentang pengembangan usaha di masa yang akan datang, memberikan manfaat berupa masukan dan dukungan dalam pengambilan keputusan yang tepat bagi para pedagang oleh pihak-pihak yang berkepentingan dengan melihat faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada; misalnya untuk perumusan program-progam pengembangan PKL.

2. LANDASAN TEORI

2.1 Sektor Informal dan PKL

Gagasan sektor informal dilontarkan pertama kali oleh seorang antropolog asal Inggris yaitu Keith Hart (*http://wiego.org/informal-economy/*), dalam tulisannya yang diterbitkan tahun 1971, setelah melakukan penelitian kegiatan penduduk di kota Accra dan Nima, Ghana. Istilah sektor informal menurut ILO (*International Labour Organization*) menjadi semakin populer setelah melakukan penelitian di Kenya dan kemudian melanjutkan penelitian tersebutke negara-negara berkembang lainnya (*http://www.ilo.org/wcmsp5/groups*). Pada penelitian tersebut istilah sektor informal dipergunakan sebagai pendekatan untuk membedakan tenaga kerja yang tergolong dalam dua kelompok yang berlainan sifatnya (Manning dan Effendi, 1996: 75).

Munculnya sektor informal terutama di perkotaan adalah akibat dari arus urbanisasi yang kuat dan menjadi karakteristik utama di kota-kota besar di kawasan Asia. Seperti yang diungkapkan oleh Hans-Dieter Evers (2002), mengenai hasil penelitian lapangan selama dua dekade terhadap kota-kota besar di Thailand, Sri Langka, Indonesia, Malaysia, Filipina dan Singapura. Dalam buku tersebut terungkap hubungan antara proses-proses mikro dan makro; interaksi antara akar rumput struktur kota dan kalangan atasnya; antara teori-teori sosial dan data empiris, dianalisis untuk memberikan sebuah gambaran yang hidup tentang betapa beragamnya bentuk-bentuk kehidupan kota, kreativitas para warganya dalam kantong- kantong kumuh di Bangkok, Manila, dan Jakarta; beragamnya simbol-simbol kultural, politik dan religiusitas di ruang kota.

Sektor informal biasanya digunakan untuk menunjukkan aktivitas ekonomi berskala kecil dan sering mengalami banyak kesulitan untuk menjalin hubungan secara resmi. Sektor informal yang dimaksud di sini adalah suatu kegiatan berskala kecil yang bertujuan untuk mendapatkan kesempatan kerja. Elemen yang umumnya termasuk dalam sektor ini adalah yang berpendidikan kurang, ketrampilan kurang dan umumnya para pendatang. Pengertian tersebut sebagai gambaran tentang sektor informal. Hal ini tergantung dari sudut pandang operasional maupun penelitian (Manning-Tadjuddin, 1996: 90-91).

Bagaimana kaitan antara sektor informal dan PKL? Menurut McGee dan T Yeung, 1977 (*http://www.amazon.com/Hawkers-Southeast-Asian-Cities-Yeung/*), PKL mempunyai pengertian yang sama dengan "*hawkers*", yang didefinisikan sebagai orang-orang yang menjajakan barang dan jasa untuk dijual di tempat yang merupakan ruang untuk kepentingan umum, terutama di pinggir jalan dan trotoar. Oleh karena tidak tersedianya ruang informal kota bagi PKL, maka PKL menggunakan ruang publik, seperti badan jalan, trotoar, taman kota, di atas saluran drainase, kawasan tepi sungai untuk melakukan aktivitasnya. Penggunaan ruang publik tersebut biasanya terjadi di tempat-tempat strategis seperti diantara aktivitas formal kota. Kondisi itulah yang sering menimbulkan benturan dengan pengelolaan tata ruang kota.

2.2 Analisis *SWOT* dan Alternatif Strategi

Analisis *SWOT* adalah suatu alat yang dapat dimanfaatkan pada suatu tahapan dalam metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*),kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau suatu bisnis. Keempat faktor itulah yang membentuk singkatan SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*). Proses ini melibatkan penentuan tujuan bisnis yang spesifik dari suatu proyek dan mengidentifikasi faktor internal maupun eksternal yang mendukung dan yang tidak dalam mencapai tujuan

bisnis tersebut. Analisis ini banyak digunakan pada tahap analisis lingkungan dalam perumusan strategi karena sifatnya yang cukup komprehensif dan relatif mudah dilakukan.

Tahap-tahap dalam analisis *SWOT* secara ringkas dapat dinyatakan ke dalam tiga tahap berikut (*https://rapidbi.com/swotanalysis/*):

1) Pengumpulan informasi kekuatan dan kelemahan.
   Pada tahap ini dilakukan pengumpulan informasi terkait dengan kekuatan-kekuatan maupun kelemahan-kelemahan yang nyata ada di dalam suatu perusahaan/organisasi. Berbagai teknik pengumpulan data dapat digunakan untuk mengumpulkan informasi seperti kuesioner, wawancara, maupun observasi dokumen/lapangan.
2) Pembuatan daftar peluang dan ancaman.
   Dalam tahap ini dilakukan identifikasi berbagai peluang-peluang potensial di luar perusahaan yang tersedia bagi perusahaan dan dapat dimanfaatkan untuk pengembangan bisnis di waktu- waktu yang akan datang. Setelah itu dilanjutkan dengan identifikasi berbagai ancaman potensial di luar perusahaan yang akan dihadapi perusahaan.
3) Penyusunan matriks *SWOT*.
   Setelah identifikasi berbagai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan, maka langkah terakhir yang harus dilakukan adalah membuat matriks review hasil isian *SWOT* yang dapat digunakan untuk perumusan alternatif strategi yang paling sesuai.

Di bawah ini ditunjukkan berikut ditunjukkan bentuk dasar dari matriks *SWOT*.

Dalam penyusunan matriks *SWOT* sering digunakan matriks Internal Factor Evaluation (IFE) dan External Factor Evaluation (EFE). IFE adalah gambaran dan evaluasi terhadap kekuatan dan kelemahan utama pada bisnis. Aspek-aspek utama yang dipaparkan di dalam IFE terutama meliputi: Produksi, SDM, Pemasaran, dan Keuangan bisnis. Sedangkan EFE merupakan gambaran dan evaluasi terhadap faktor eksternal perusahaan seperti lingkungan ekonomi, sosial, budaya, demografi, politik, pemerintahan, hukum, teknologi, dan informasi daya saing (David, 2011). Selanjutnya untuk masing-masing aspek dipilih butir- butir yang paling relevan dan signifikan bagi bisnis yang bersangkutan.

Mengingat setiap bisnis memiliki karakter sendiri-sendiri dan dengan demikian juga mempunyai kunci sukses yang berbeda-beda maka dalam analisis IFE dan EFE diakomodasi dengan pemberian bobot (*weight*) dan *skor rating* (peringkat) pada setiap butir penilaian *SWOT* dalam IFE dan EFE. Bobot menunjukkan pentingnya secara relatif suatu butir dibanding butir lain bagi keberhasilan pencapaian tujuan bisnis. Total bobot semua butir untuk masing-masing komponen S, W, O, maupun T sebesar 1,00. Sedangkan skor peringkat menggambarkan tentang penilaian terhadap fakta yang ada pada bisnis.

Salah satu cara yang sering dilakukan dalam penentuan *skor rating* adalah penggunaan skala ordinal 1 sampai dengan 4. Angka 4 dipakai untuk menunjukkan kekuatan atau peluang yang tinggi berturut-turut hingga 1 untuk kekuatan atau peluang yang rendah. Untuk kelemahan maupun ancaman angka 4 diberikan pada kelemahan yang serius atau ancaman yang kuat berturut-turut hingga 1 bagi kelemahan kurang serius atau ancaman yang lemah.

Tabel 1: Matriks SWOT



Sumber: *https://rapidbi.com/swotanalysis/*

Setelah bobot dan skor peringkat setiap butir di S, W, O, dan T diisi maka selanjutnya dilakukan pengalian bobot dan *skor rating* pada masing-masing butir. Kemudian dilakukan penjumlahan hasil bobot dikalikan skor peringkat pada masing-masing S, W, O, dan T yang merupakan angka rata-rata. Dari rata-rata itu akan dapat diketahui posisi strategik perusahaan seperti profil perimbangan antara S dan W, O dan T maupun pencermatan kritis lainnya.

Pembuatan tabel silang (*cross tab*) atau gambar dengan 4 kuadran berisi hasil analisis *SWOT* sering dapat mempermudah pembahasan dan identifikasi alternatif-alternatif pilihan strategi umum (*grand strategy*) seperti ekspansi, stabilitas, penciutan, atau kombinasi. Strategi itu dapat berupa menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang (S-O), menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman (S-T), meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang (W-T), maupun meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman. Berikut disajikan contoh tabel dasar kemungkinan hasil analisis *SWOT* dan alternatif pilihan strateginya.

menggambarkan apa adanya suatu gejala, variabel, atau keadaan. Statistika Non Parametrik untuk mengatasi pemecahan data yang memiliki ukuran sampel kecil dan asumsi-asumsi yang kurang dimiliki oleh peneliti. Statistika non-parametrik biasanya digunakan untuk melakukan analisis pada data berjenis Nominal atau Ordinal. Statistik nonparametrik banyak digunakan pada penelitian-penelitian sosial. Data yang diperoleh dalam penelitian sosial pada umunya berbentuk kategori atau berbentuk rangking. Efisiensi statistik non-parametrik lebih tinggi dibandingkan dengan metode parametrik untuk jumlah sampel yang sedikit. Sementara penelitian eksploratif dimaksudkan mengungkapkan fakta hasil penelitian yang diperoleh berdasarkan data.

3.2 Identifikasi Variabel: Profil PKL

Identifikasi profil responden (pedagang PKL) merupakan gambaran kondisi atau karakter sosial-ekonomi pedagang seperti terlihat pada Tabel 3.

Tabel 2: Matrik SWOT dan Alternatif Pilihan Strategi

EFE / IFE	Kekuatan (*Strengths/ S*) Tentukan faktor kekuatan internal.	Kelemahan (*Weaknesess/ W)* Tentukan faktor kelemahan internal.
Peluang (*Opportunities/ O*) Tentukan faktor peluang eksternal	Strategi S-O Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.	Strategi W-O Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan memanfaatkan peluang
Ancaman (*Threats/ T*) Tentukan faktor ancaman eksternal	Strategi S-T Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi W-T Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: David (2011)

3. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah deskriptif non-parametrik dan bersifat eksploratif. Dikatakan deskriptif non-parametrik karena pendataan identifikasi PKL berupa paparan tabel dan kemudian dianalisis. Penelitian deskriptif menurut Etna Widodo dan Mukhtar (2000) kebanyakan tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis tertentu, melainkan lebih pada

3.3 Faktor Strategis *SWOT*

Identifikasi lingkungan internal berupa kekuatan dan kelemahan usaha hanya dibatasi pada yang sungguh-sungguh relevan dan signifikan bagi bisnis PKL makanan dan minuman saat penelitian ini dilakukan. Identifikasi faktor lingkungan eksternal berupa peluang dan ancaman usaha saat penelitian ini dilakukan hanya dibatasi pada yang sungguh-sungguh relevan dan signifikan bagi bisnis PKL makanan dan minuman.

Tabel 3: Variabel dan Instrumen Penelitian

No.	Variabel Karakter PKL	Jumlah Instrumen
1.	Status sosial dan keluarga	8
2.	Lokasi usaha PKL dan statusnya	4
3.	Permodalan usaha PKL	3
4.	Tenaga kerja dan beban balas jasa/upah	3
5.	Pembukuan dan manajemen keuangan usaha	4
6.	Pelatihan dan penambahan pengetahuan	2
7.	Pasokan bahan baku	4
8.	Perubahan harga, kondisi pasar dan konsumen	6
9.	Kemauan belajar dan kerja keras	2
10.	Persaingan usaha, faktor budaya dan upaya untuk berkembang	5
11.	Peran pihak lain terhadap PKL	3

3.4 Pengukuran Variabel

Pengukuran variabel *SWOT* untuk faktor strategis IFE dan EFE akan dilakukan dengan beberapa tahap, yaitu melalui penentuan bobot setiap butir komponen *SWOT*, pemberian *skor rating,* pengalian bobot dengan *skor rating,* dan penjumlahan hasil perkalian tersebut untuk setiap komponen *SWOT*.

Total bobot untuk masing-masing komponen *SWOT* sebesar 1. Bobot bagi butir-butir komponen S dan W akan dibuat berdasar hasil analisis jawaban responden tentang kunci sukses bisnis. Bobot untuk O dan T akan dilakukan melalui *expert judgement.*

Kisaran *skor rating* yang akan digunakan adalah 1 sampai dengan 4. Penentuan besar *skor rating* untuk setiap butir masing-masing komponen S, W, O dan T dibuat berdasar data yang diperoleh dari responden terutama tentang kekuatan dan kelemahan yang dimiliki masing-masing. Sedangkan *skor rating* untuk setiap butir masing-masing komponen O dan T akan dilakukan melalui *expert judgement* maupun olah data hasil wawancara dan observasi lapangan.

3.5 Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah para pedagang penjual makanan/minuman di sepanjang jalan Gejayan dan jalan Simanjuntak yang jumlahnya tidak diketahui pasti sesuai dengan sifat informalnya, bahkan pada waktu-waktu tertentu sering terdapat pedagang "tiban"/musiman. Oleh karena itu jumlah sampel tidak bisa dipastikan dengan menggunakan rumus sampel dengan jumlah populasi terbatas. Responden yang dijadikan sampel berjumlah 50 PKL.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan disesuaikan dengan sifat data meliputi:

a. Kuesioner
   Kuesioner diberikan kepada para pemilik/ pimpinan usaha PKL dalam bentuk isian singkat dan pilihan ganda 4 opsi tentang profil PKL maupun kondisi lingkungan internal bisnis.
b. Wawancara
   Wawancara dilakukan dengan para pemilik/ pimpinan usaha PKL dalam bentuk pertanyaan dengan jawaban terbuka maupun pilihan ganda dengan 4 opsi untuk informasi tentang kunci sukses bisnis, fluktuasi permintaan, pemanfaatan IT, jumlah penjualan, dampak lingkungan, dan sebagainya.
c. Observasi
   Observasi dilaksanakan dengan menggunakan panduan untuk mendapatkan data antara lain tentang strategisnya lokasi, kecukupan parker, kecepatan layanan, tingkat persaingan, dan sebagainya.

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data akan dilakukan dengan tahapan dan teknik berikut ini:

1) Penyusunan profil responden
   Profil responden akan disusun dengan menggunakan tabel-tabel penghitungan persentase dan pembuatan grafik-grafik.
2) Penemuan potensi dan permasalahan
   Potensi dan permasalahan bisnis PKL akan

dipetakan dengan menghitung rata-rata skor unsur-unsur *SWOT* dengan acuan: apabila rata-rata skor di bawah 2,00 dipandang sebagai permasalahan sedangkan apabila rata-rata skor di atas 3,00 dipandang sebagai potensi.

3) Identifikasi perbedaan potensi dan permasalahan antara PKL di Jalan C. Simanjuntak dengan Jalan Gejayan akan dilakukan dengan analisis uji beda dua mean nonparametrik.4. Perumusan strategi pengembangan bisnis berupa alternatif dan pilihan strategi akan dilakukan dengan tahap-tahap berikut:
   a) Pemberian bobot, penentuan *skor rating*, pengalian bobot dengan *skor rating* dan penghitungan rata-rata pada setiap butir dari semua komponen *SWOT*.
   b) Identifikasi alternatif-alternatif pilihan strategi
   c) Pemilihan strategi pengembangan bisnis yang paling sesuai

4. TEMUAN DATA DAN ANALISIS

4.1 Profil Responden PKL

4.1.1 Status Sosial dan Keluarga Pemilik Usaha PKL

Status sosial pemilik usaha/warung PKL makanan dan minuman terdiri atas pendidikan, usia, gender, lama usaha, status pekerjaan, keadaan keluarga dan kepemilikan usaha. Berdasarkan tingkat pendidikan paling besar setingkat SMA (44%), kondisi ini menggambarkan bahwa banyak lulusan SMA yang tidak melanjutkan studinya ke perguruan tinggi dan cenderung memilih profesi sebagai wirausaha PKL dengan membuka usaha dagang warung makanan dan minuman. Hal ini juga didukung dengan data usia mereka sebagian besar (70%) antara 30–50 tahun.

Dengan sebagian besar pemilik PKL berada di usia produktif tersebut menunjukkan lama usaha yang telah dijalankan yaitu angka paling besar (48%) lebih dari 10 tahun menggeluti bidangnya. Sekaligus menunjukkan bahwa usaha yang mereka jalankan selama ini bisa dikatakan survive terhadap perubahan gelombang ekonomi yang kadang tidak menentu seperti misalnya krisis ekonomi atau pun keterpurukan nilai mata uang rupiah. Keberadaan para PKL selama ini memang dikenal sangat tahan banting terhadap berbagai perubahan ekonomi dan politik. Status pekerjaan responden 84% merupakan pekerjaan pokok/utama dan hal ini menjadi gantungan hidup keluarga karena 88% mereka menyatakan sudah berkeluarga (sebagian besar 62% memiliki 1-2 anak) dengan status pemilik usaha 70% laki-laki dan usaha yang dijalankan itu statusnya milik sendiri 94%.

4.1.2 Lokasi Usaha PKL dan Statusnya

Hampir semua responden 90% mengatakan bahwa lokasi usaha dirasa menguntungkan. Sudah diketahui bahwa sekitar jalan Gejayan dan jalan Kaliurang sangat dekat dengan berbagai kampus besar di DIY, yaitu kampus UGM, UNJ, USD dan Atmajaya. Jalan-jalan tersebut merupakan wilayah perkotaan yang padat penduduk dan sangat mudah diakses oleh para konsumen yang membutuhkan makan dan minum. Lebih menguntungkan lagi bagi para PKL karena status lokasi usaha bersifat menetap 96%.Meskipun lokasi bersifat menetap itu tidak berarti semua memiliki ijin, kepemilikan lokasi 50% ada ijin secara resmi dan hanya 6% saja yang tak punya ijin lokasi, namun ada 28% responden mengatakan kemungkinan dapat digusur sewaktu-waktu. Sementara soal ijin usaha 54% berupa ijin lisan dari warga sekitar, sedangkan ijin sampai ke tingkat kelurahan dan kecamatan total 32%.

4.1.3 Permodalan Usaha PKL

Mengapa usaha PKL makanan dan minuman ini tahan banting terhadap fluktuasi ekonomi? Secara internal perlu dilihat bagaimana permodalan usaha mereka, ternyata 100% adalah modal sendiri. Ini berarti mereka tidak terbebani oleh pengembalian beban utang berupa angsuran dan bunganya pada pihak lain. Karena tidak tergantung pada pihak lain maka unsur fleksibelitas dalam pengelolaan dana lebih terjamin. Secara psikologis pun lebih merasa tenang dalam menjalankan usahanya.

Meskipun semua modal berasal dari modal sendiri nampaknya hal itu tidak menjadi persoalan karena responden mengaku 56% jarang kekurangan modal dan 40% tidak pernah kekurangan modal. Ini menunjukkan bahwa kekuatan PKL dari responden yang diteliti dalam hal permodalan sama sekali tidak mengkhawatirkan. Selaras dengan kondisi permodalan yang bukan menjadi masalah, responden mengatakan mudah dalam hal akses dana (62%).

4.1.4 Tenaga Kerja dan Beban Balas Jasa/ Upah

Secara internal pengelolaan usaha bukan hanya soal permodalan tetapi juga beban biaya yang harus ditanggung oleh pemilik usaha khususnya dari tenaga kerja yang dimiliki. Hasil penelitian menunjukkan sebagain besar 68% status tenaga kerja adalah famili, ini bisa diartikan sebagai istri/suami/anak/adik/ keponakan yang berarti tidak mengeluarkan biaya upah untuk tenaga kerja.

Jumlah tenaga kerja yang dipekerjakan sebagian besar 74% sekitar 1-2 orang saja dan bisa diduga statusnya sebagai istri/suami/adik/anak sebagai pekerja tak dibayar. Berdasarkan kondisi tenaga kerja tersebut maka tingkat beban biaya untuk membayar upah paling besar 46% dikatakan ringan dan sangat ringan 10%. Kalau ada responden yang menjawab berat sebesar 30% kemungkinan tenaga kerja lebih dari 5 orang dan bukan famili.

4.1.5 Pembukuan dan Manajemen Keuangan Usaha

Persoalan klasik yang selalu ada dalam usaha kecil jenis apa pun adalah soal administrasi pencatatan/pembukuan yang tidak dilakukan dengan baik. Responden menyatakan bahwa tidak memiliki pencatatan/pembukuan sebesar 50% dan yang memiliki pembukuan lengkap hanya 20% saja. Dari pengamatan yang ada bukan hanya karena disebabkan olehketidaktahuan namun juga karena faktor "kerepotan" untuk melakukan pencatatan. Perlu dicatat sebagian besar responden 76% belum pernah mengikuti pelatihan Terlepas dari persoalan pembukuan, pengelolaan keuangan melalui upaya efisiensi/penghematan untuk beberapa hal sudah dilakukan responden sebesar 50%, banyak hal 20% dan hampir semua hal sudah dilakukan 16%. Ini berarti upaya efisiensi usaha sudah dilakukan dengan baik. Terkait dengan tingkat keuntungan yang diperoleh, responden mengaku memperoleh di atas Rp 100.000 per hari sebesar 56%, bahkan dari > Rp 100.000 tersebut ada yang mendapatkan keuntungan Rp 500.000 atau lebih per harinya (12%). Dari hasil keuntungan itu 40% responden selalu menyisihkan keuntungan, sering 12% dan kadang-kadang 30%.

4.1.6 Pelatihan dan Penambahan Pengetahuan

Sebagian besar responden 76% belum pernah mengikuti pelatihan usaha, maka hal yang wajar ketika pemilik usaha 50% mengaku tidak memiliki pencatatan/pembukuan. Persepsi responden terhadap wawasan teori bisnis atau pengetahuan sebagai kunci sukses bisnis 68% menganggap perlu memahami/mengenali tetapi kenyataan tidak dilakukan dan hanya 10% saja yang telah memahami/ mengenali pengetahuan sebagai kunci sukses bisnis dan mengerjakan/menjalankan secara serius.

4.1.7 Pasokan Bahan Baku

Bagi usaha PKL untuk jenis makanan dan minuman pasokan bahan baku merupakan mata rantai paling pokok bagi kelancaran dan keberlangsungan aktivitas usaha. Bagaimana mungkin bisa menjual dan melayani pelanggan dengan baik bila pasokan bahan baku tersendat? Misalnya saja soal pasokan bahan baku ketergantungan pada pemasok tetap itu lumayan tinggi, 62% memiliki pemasok tetap untuk semua bahan baku, 24% pemasok tetap untuk sebagian besar bahan baku dan hanya 6% mengatakan tidak butuh pemasok tetap.

Ketergantungan pada pemasok tetap bahan baku itu semakin jelas dan nyata ketika 54% responden menyatakan tidak ada alternatif pemasok, namun demikian 28% menyatakan ada alternatif untuk hampir semua bahan baku. Apakah ketergantungan ini berarti kondisi buruk bagi PKL makanan dan minuman? Jawabannya ada pada persoalan kontinyuitas pasokan bahan dan ternyata 58% kontinyuitas pasokan terjamin dan bahkan selalu terjamin sebesar 32%. Jika demikian keadaannya, maka pasokan bahan tidak bermasalah bagi PKL. Hanya saja, posisi daya tawar mereka menjadi lemah tentang harga pasokan yaitu 64% tidak pernah menawar harga dari pemasok dan kadang-kadang menawar 16%.

4.1.8 Perubahan Harga, Kondisi Pasar dan Konsumen

Dalam konsep ekonomi bisnis maupun praktik yang terjadi di dunia bisnis, perubahan atau fluktuasi hampir selalu terjadi, bisa saja itu perubahan harga-

harga, kondisi pasar dan termasuk perilaku konsumen juga dapat berubah. Persoalan selanjutnya, tinggal bagaimana pelaku usaha mampu melakukan antisipasi terhadap perubahan tersebut. Misalnya dari fluktuasi harga bahan baku 58% mengatakan sering berubah dan kadang-kadang berubah 34%, hanya 6% saja menyatakan tidak pernah berubah. Fluktuasi permintaan konsumen 58% fluktuatif dan 14% sangat fluktuatif.

Namun soal perubahan selera makan konsumen menurut persepsi pemilik warung dikatakan tidak pernah berubah 46% dan lambat dalam perubahan 30%. Ini berarti menu yang harus disediakan tidak terlalu merepotkan bagi pemilik warung/usaha makanan. Bagaimana dengan kenaikan harga-harga (inflasi) dikaitkan dengan daya beli (*purchasing power*) konsumen? Apakah pengaruh inflasi merepotkan bagi para PKL dirasakan sangat variatif dan merata, tidak ada data yang menonjol. Namun yang jelas menurut persepsi responden 52% daya beli konsumen malah dikatakan meningkat dan 32% tetap.

4.1.9 Kemauan Belajar dan Kerja Keras

Membuka warung/usaha makanan dan minuman apakah harus dimulai dari punya hobi memasak? Ternyata hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 54% dari responden sebetulnya tidak memiliki hobi memasak, suami dan istri pemilik warung yang keduanya punya hobi memasak hanya 22%. Ini berarti kemauan untuk merintis usaha dapat dimulai/belajar dari nol atau tidak harus punya modal ketrampilan awal untuk memulai usaha dan kemungkinan keuletan itu lebih penting. Dari hal ini juga tercermin adanya upaya kerja keras pemilik usaha dan bila diukur dengan jam kerja per hari yang dicurahkan, 48% memiliki jam kerja di atas 7 jam per hari dan 44% memiliki 6-7 jam kerja.

4.1.10 Persaingan Usaha, Faktor Budaya dan Upaya untuk Berkembang

Usaha informal yang dijalankan PKL apa pun jenisnya memiliki karakter persaingan terbuka, mudah dimasuki oleh pemain/kompetitor baru dan relatif mudah dijalankan dibandingkan usaha formal. Produk untuk jenis usaha makanan dan minuman merupakan kebutuhan primer masyarakat, variatif jenisnya dan permintaan bersifat inelastis namunbila perbedaan harga produk dirasakan siginifikan (lebih mahal/lebih murah) dapat berpengaruh terhadap keputusan konsumen. Artinya konsumen akan pindah ke penjual lain bila harga dianggap terlalu mahal.

Kondisi tersebut kemungkinan besar menjadi penyebab para pemilik warung tetap eksis dan menganggap tidak ada persaingan yang mematikan di antara mereka, bahkan 70% responden menyatakan saling bantu dan sangat rukun. Ini bisa diartikan pula dalampenentuan harga jual pun tidak akan banyak perbedaan di antara pemilik usaha. Begitu pula halnya dengan keberadaan restoran modern cepat saji dianggap 80% responden persaingan yang sama sekali tidak merugikan. Faktor budaya instan dan serba ingin cepat dari konsumen justru dianggap menguntungkan 50% dan sangat menguntungkan 16%. Hal ini menunjukkan para pemilik warung siap untuk melayani para konsumen dengan cepat.

Upaya untuk berkembang dari usaha mereka melalui pemanfaatan teknologi komunikasi bisnis nampaknya tidak begitu diperlukan, 60% menjawab tidak tersedia karena umumnya para konsumen langsung datang memesan makanan dan minuman tanpa order sebelumnya. Biasanya di kota-kota besar sekitar perumahan, konsumen bisa order makanan melalui kontak handphone dan kemudian pesanan diantar ke rumah. Upaya promosi 64% responden menyatakan sedikit melakukan promosi.

4.1.11 Peran Pihak Lain terhadap PKL

Tingkat kemandirian PKL boleh dikatakan sangat tinggi karena tidak terlalu menggantungkan pada dukungan pemerintah. Responden mengatakan tidak ada dukungan sebesar 34% dan tingkat dukungan sedang 38%, hanya 18% yang menyatakan mendapat dukungan tinggi. Di sisi lain, kewajiban membayar retribusi memang tidak terlalu membebani PKL, kategori sedang 48% dan ringan 42%.

Agak sedikit berbeda dengan bantuan dan peran dari pihak asosiasi usaha makanan dan minuman yang dikatakan membantu sebesar 48% dan tidak ada bantuan 44%.

4.2 Analisis *SWOT* dan Pengembangan Bisnis

4.2.1 Analisis *SWOT* dan Strategi Pengembangan Bisnis

Analisis *Strengths, Weaknesses, Opportunities,* dan *Threats* (*SWOT*) dan Strategi Pengembangan

Bisnis dilakukan melalui tahap: penentuan aspek-aspek analisis beserta butir- butirnya, penentuan bobot masing-masing aspek maupun butir-butirnya, penentuan rating, pengalian bobot dengan rating, penjumlahan hasil kali bobot dengan rating untuk masing- masing S, W, O, dan T (matriks IFE dan EFE), penentuan posisi IFE-EFE, dan perumusan strategi yang paling sesuai beserta taktik-taktiknya.

4.2.2 Penentuan Aspek dan Butir-butir Komponen *SWOT*

Aspek-aspek komponen *SWOT* diambil dari 4 pilar utama bisnis: operasi, sumber daya manusia, pemasaran, dan keuangan. Pemilihan butir-butir untuk masing-masing aspek dilakukan dengan mengacu pada teori maupun pengalaman praktis dari para pelaku bisnis kaki lima di bidang kuliner seperti yang telah dijadikan acuan dalam pengumpulan data penelitian ini. Terhadap aspek dan butir internal PKL yang merupakan kekuatan bisnis distatuskan sebagai S, kelemahan bisnis: W. Sedangkan aspek dan butir yang tersedia bagi PKL pada lingkungan eksternal bisnis berupa peluang yang dapat dimanfaatkan untuk pengembangan bisnis distatuskan sebagai O dan yang dapat mengancam eksistensi bisnis distatuskan sebagai T.

4.2.3 Penentuan Bobot dan Rating

Dalam penelitian ini, bobot setiap aspek dan butir komponen bermakna tingkat pentingnya aspek/ butir yang bersangkutan bagi keberhasilan bisnis. Tingkat pentingnya tersebut ditentukan berdasar teori, pengalaman praktis para pelaku bisnis PKL, maupun pendapat para pelaku PKL yang diteliti dalam penelitian ini. Semakin penting peran suatu aspek/ butir diberi bobot yang semakin besar. Total bobot yang dipilih adalah seperti yang lazim digunakan sebesar 1,00 untuk setiap aspek.

Sedangkan rating dimaknai sebagai fakta tentang: kepemilikan/kemampuan (S), kondisi kelemahan (W), besarnya peluang yang tersedia bagi bisnis PKL (O), kuatnya ancaman yang terjadi (T) yang dihadapi para PKL yang diteliti. Semakin besar kekuatan internal yang dimiliki PKL, semakin besar angka rating; semakin lemah kondisi internal PKL, semakin besar angka rating; semakin besar peluang eksternal yang tersedia bagi PKL, semakin besar angka rating; dan semakin kuat ancaman eksternal yang dihadapi PKL, semakin besar angka rating. Dalam penelitian ini dipilih sistem rating yang lazim digunakan, yaitu skala ordinal 1 sampai dengan 4. Di dalam penentuan besar rating ditunjukkan terlebih dahulu angka rata- rata skor data dan penjelasan makna angka itu sesuai dengan isi pertanyaan yang ada pada masing-masing item kuesioner. Hasil rating masing-masing aspek dan butir dapat dilihat pada Tabel 4 IFE dan Tabel 5 EFE.

4.2.4 Kajian Internal Factors: S dan W

Tabel 4: IFE Tentang Kekuatan (S) dan Kelemahan (W)

Internal Factor Evaluation	Bobot x Rating
Kekuatan-kekuatan (Strenghts)	
Total Kekuatan	3,00
Kelemahan-kelemahan (Weaknesess)	
Total Kelemahan	2,72

Berdasarkan data Tabel 4 tentang kekuatan (S) usaha PKL makanan dan minuman, secara total memiliki angka 3,0 dari skala 1 sampai dengan 4. Ini berarti kekuatan yang dimiliki tergolong tinggi. Bila ditelusur lebih lanjut sumber kekuatan usaha PKL paling tinggi adalah aspek operasi usaha dan hal ini tidak mengherankan karena lokasi usaha terletak di jalan yang strategis, pasokan bahan baku yang lancar, keramahan dan layanan yang cepat. Aspek berikutnya pemasaran karena faktor harga yang kompetitif, disusul aspek keuangan usaha PKL karena modal sendiri sebagai modal utama. Aspek kekuatan berikutnya adalah sumberdaya manusia terutama karena bersedia kerja keras dan keterampilan yang dimiliki, soal hobi memasak termasuk faktor yang kurang berkontribusi terhadap kekuatan. Aspek lain seperti status pedagang dan kepemilikan usaha tidak begitu menonjol kekuatannya.

Dari sisi kelemahan usaha PKL (Tabel 4) secara keseluruhan memiliki angka 2,72 berarti angka kelemahan lebih rendah daripada angka kekuatan 3,0 (W< S). Aspek paling lemah kondisinya adalah SDM dengan faktor penyebab paling menonjol adalah kurang mengikuti pelatihan usaha dan merasa kurang perlu memiliki tambahan pengetahuan. Aspek berikutnya pemasaran karena faktor cara promosi yang kurang efektif serta tidak adanya kelompok konsumen sasaran yang pasti. Aspek dengan kondisi lemah berikutnya adalah operasi bisnis kondisi ini terutama disebabkan oleh faktor layout lapak yang tidak efisiendan lahan parkir yang minim dan bisa mengganggu lalu lintas umum. Sedangkan aspek keuangan dan aspek lainnya kondisi kelemahan pada tingkatan rendah.

4.2.5 Kajian External Factors: O dan T

Berdasarkan data Tabel 5 skala peluang sebesar 2,55, dimana aspek yang memberi peluang paling besar adalah kondisi sosial budaya masyarakat atau konsumen seperti misalnya lebih suka makan di luar baik sendiri maupun bersama teman/keluarga atau tidak perlu repot memasak sendiri, apalagi jika sebagian besar konsumen berstatus mahasiswa. Aspek berikutnya adalah daya beli konsumen yang tetep mampu membeli makanan/minuman. Aspek berikutnya asosiasi dan teknologi yang kurang memberi peluang terhadap usaha PKL.

Dari sisi eksternal berupa ancaman (T) angkanya 2,16 (Tabel 5). Itu artinya ancaman atas usaha PKL makanan dan minuman tidak serius atau tidak mengkhawatirkan. Aspek yang paling besar memberi ancaman adalah pemasok terutama karena daya tawar dengan pemasok lemah, kurang tersedia alternatif bahan baku dan harga bahan baku yang fluktuatif. Aspek lainnya yang dapat mengancam adalah faktor persaingan antar pedagang dan pengaruh inflasi.4.2.6 Penetuan Posisi IFE dan EFE.

Berdasarkan hasil skala dari bobot x rating untuk S, W, O, dan T (Tabel 4 dan Tabel 5), maka terlihat bahwa untuk faktor internal S > W dan untuk faktor eksternal O > T. Posisi bisnis para PKL adalah sebagai berikut:

Rata-rata skor Kekuatan: 3,0 - Rata-rata skor Kelemahan: 2,72

Kekuatan – Kelemahan: 0,28 (positif) Rata-rata skor Peluang: 2,55 - Rata-rata skor Ancaman: 2,16

Peluang – Ancaman : 0,39 (positif)

Hasil tersebut menunjukkan bahwa bisnis para PKL memiliki kekuatan-kekuatan melampaui kelemahan-kelemahan dan memiliki peluang-peluang melebihi ancaman- ancaman. Jadi secara umum bisa dikatakan bahwa kekuatan dan peluang yang dimiliki usaha PKL ini lebih besar daripada kelemahan dan ancaman dan hal ini disinyalir menjadi penyebab mengapa usaha PKL selalu *survive* dari berbagai tekanan keadaan ekonomi nasional yang buruk.

4.3 Pilihan Strategi Pengembangan Bisnis

Langkah selanjutnya adalah mencari strategi yang tepat berdasarkan matrik posisi faktor internal dan eksternal *SWOT* dengan empat kemungkinan pilihan strategi, yaitu strategi S-O, W-O, S-T dan W-T.

Tabel 5: EFE tentang Peluang(O) dan Ancaman (T)

External Factors Evaluation	Bobot x Rating
Peluang-peluang (O)	
Total Peluang	2,55
Ancaman-ancaman (T)	
Total Ancaman	2,16

Tabel 6: Matrik SWOT, Skala dan Alternatif Pilihan Strategi

IFE / EFE	(*Strengths=S*) Total 3,0	*(Weaknesess=W)* Total 2,72
(*Opportunities=O*) total 2,55	Strategi S-O Kekuatan lokasi strategis dengan memanfaatkan peluang sosial budaya dan dayabeli konsumen atau pendapatan yang meningkat..	Strategi W-O Meminimalkan kelemahan melalui cara mendorong pengusaha mengikuti pelatihan usaha untuk lebih meningkatkan layanan.
(*Threats=T*) total 2,16	Strategi S-T Kekuatan sosial budaya berupa kesukaan makan di luar dan pendapatan masyarakat yang makin meningkat dapat mengatasi ancaman berupa kenaikan harga makanan akibat naiknya harga bahan baku.	Strategi W-T Pelatihan usaha kemungkinan dapat meminimalkan kelemahan dan menemukan cara-cara baru menaikkan daya tawar untuk menghindari ancaman berupa lemahnya daya tawar pasokan bahan baku.

Berdasarkan Tabel 6 ada empat alternatif pilihan strategi yaitu:

Strategi S-O → lokasi lapak PKL strategis mudah dijangkau dengan layanan ramah dan cepat dan memanfaatkan kondisi sosial budaya konsumen yang suka makan di luar (tidak memasak sendiri) terutama konsumen mahasiswa/anak muda dan memanfaatkan peluang daya beli masyarakat yang meningkat.

Strategi W-O → kelemahan internal terbesar PKL adalah aspek SDM yang sebagian besar belum pernah mengikuti pelatihan usaha, maka faktor ini perlu diminimalkan dengan cara memberi dorongan pada mereka untuk mengikuti pelatihan usaha agar dapat memberi layanan lebih baik kepada pelanggan sebagai peluang terbesar.

Strategi S-T→ ancaman terbesar adalah pemasokan bahan baku dimana posisi daya tawar lemah tetapi dengan kekuatan pada daya beli konsumen yang meningkat, maka kenaikan harga makanan akibat kenaikan bahan baku tidak menyurutkan konsumsi para pelanggan. Strategi W-T → ancaman berupa lemahnya daya tawar PKL terhadap pasokan bahan baku kemungkinan dapat dihindari melalui wawasan/pengetahuan baru tentang usaha mereka.

Pengembangan usaha ini terkait dengan pilihan strategi dalam matrik *SWOT* atau merupakan solusi yang paling realistis untuk dijalankan berdasarkan posisi faktor internal dan eksternal usaha PKL. Pilihan strategi S-O dan W-O dengan maksud mengurangi kelemahan yang ada adalah upaya peningkatan kualitas SDM dalam hal kemampuan manajemen, terutama menemukan cara-cara baru untuk melayani pelanggan lebih baik lagi (mempertahankan kekuatan dan peluang terbesar usaha PKL).

Pengembangan bisnis usaha PKL nampaknya lebih tepat dengan strategi penetrasi pasar, yaitu tersedianya informasi tentang kompetitor dan kebutuhan pelanggan, harga yang kompetitif, promosi yang tepat serta pengembangan SDM.

4.4 Analisis Perbedaan Kinerja Keuangan Lokasi PKL

Dalam penelitian ini, kinerja keuangan hanya ditinjau dua hal, yakni rata-rata penjualan per hari dan rata-rata keuntungan per hari. Analisis perbedaan akan menggunakan uji beda dua mean nonparametrik U Mann Whitney. Hasil uji hipotesis menunjukkan tidak ada perbedaan penjualan dan keuntungan harian antara PKL Jalan C. Simanjuntak dan Jalan Gejayan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1) Dari profil responden PKL usaha makanan/ minuman yang paling menonjol adalah lokasi yang menguntungkan bagi para PKL, dimana lokasi dekat dengan berbagai kampus dan status lokasi usaha bersifat menetap 96%. Permodalan yang sebagian besarberasal dari modal sendiri menjadikan usaha ini tidak rentan dengan beban/kewajiban pembayaran bunga. Tapi kelemahan menonjol adalah sebagian besar usaha tidak melakukan pembukuan dan manajemen keuangan, serta kurang dalam menambah pengetahuan tentang bisnis melalui pelatihan usaha (sisi SDM).
2) Dari kajian analisis *SWOT* menurut posisi faktor internal dan eksternal usaha makanan/minuman memiliki skala kekuatan (S) yang lebih tinggi dari kelemahan (W) dan memiliki skala peluang (O) yang lebih besar dari skala ancaman (T). Kekuatan usaha disumbang oleh faktor lokasi yang strategis dan faktor lainnya adalah layanan yang cepat-ramah, sedangkan kelemahan terbesar terletak pada pengembangan SDM dalam peningkatan wawasan manajemen dan juga persoalan terbatasnya lahan parkir. Peluang terbesar adalah kondisi sosial-budaya dan pendapatan masyarakat, sedangkan ancaman terkuat adalah posisi daya tawar terhadap pemasok bahan baku.
3) Ada empat alternatif pilihan strategi yang dapat ditempuh yaitu S-O, W-O, S-T, W-T.
4) Tidak ada perbedaan penjualan harian antara PKL Jalan C. Simanjuntak dan Jalan Gejayan. Dalam hal ini, tingkat penjualan harian PKL Jalan C. Simanjuntak (rata-rata Rp 786.250.00) secara statistik sama dengan Jalan Gejayan (rata-rata Rp 521,153.85).
5) Tidak ada perbedaan keuntungan harian antara PKL Jalan C. Simanjuntak dan Jalan Gejayan. Dalam hal ini, tingkat keuntungan harian PKL Jalan C. Simanjuntak (rata- rata Rp 274.583,33) secara statistik sama dengan Jalan Gejayan (rata-rata Rp 165.307,69).

5.2 Saran

1) Mempertahankan kekuatan yang dimiliki terutama layanan kepada para pelanggan dan tata layout yang lebih efisien.
2) Mengurangi kelemahan melalui upaya mengikuti pelatihan usaha/kewirausahaan, terutama dalam hal manajemen keuangan dan pengetahuan tentang bisnis.
3) Memanfaatkan peluang kondisi konsumen yang lebih senang makan di luar dan pendapatan masyarakat yang meningkat.
4) Perlunya menambah informasi tentang pemasok mengenai ancaman berupa lemahnya posisi daya tawar terhadap harga bahan baku.
5) Kemungkinan terbuka tawaran pelatihan manajemen usaha oleh USD bagi PKL.

DAFTAR PUSTAKA

David, Fred R. 2011. *Strategic Management: Concepts and Cases.* Upper Saddle River: Prentice Hall.Dimas, Harlan. 2008. "Street Vendors: Urban Problem and Economic Potential." Working Paper in Economics and Development Studies. Bandung, Department of Economics, Padjadjaran University.

Dimas, Harlan. 2008. "Street Vendors: Urban Problem and Economic Potential." Working Paper in Economics and Development Studies. Bandung: Department of Economics, Padjadjaran University.

Evers, Hans Dieter dan Rudiger Korff (2002). *Urbanisme di Asia Tenggara: Makna dan Kekuasaan dalam Ruang-Ruang Sosial*, *Jakarta*: Yayasan Obor Indonesia.

Haeruman, H. 2000. *Peningkatan Daya Saing Industri Kecil untuk Mendukung Program PEL.* Makalah Seminar Peningkatan Daya Saing. Jakarta: Graha Sucofindo.

Handayani, Suci. 2006. Pelibatan Masyarakat Marginal dalam Perencanaan dan Penganggaran Partisipatif: Sebuah Pengalaman di Kota Solo. Solo, KOMPIP dan The Ford Foundation.

Hart , Keith. 1971. Coiner of Term "Informal Sector" Late 1960s Study in Accra, Ghana. Informal Income Opportunities ...., *the journal of modern african studies, vol. 11, No 1, 1973, p.61-89.*

Hisrich, Peters and Shepherd, 2005, *Enterpreneurship*, Mc Graw Hill Irwin.

https://rapidbi.com/swotanalysis/

Kusakabe, Kyoko. 2006. Policy Issues on Street Vending: An Overview of Studies in Thailand, Cambodia, and Mongolia. Bangkok, ILO.

Manning, C dan Tadjuddin Noer Effendi. 1996. *Urbanisasi, Pengangguran, dan Sektor Informal*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.

Priyono, Edy. 2002. "Mengapa Angka Pengangguran Rendah di Masa Krisis: Menguak Peranan Sektor Informal sebagai Buffer Perekonomian." *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan 1 (2)*.

Rachbini, Didik J. dan Abdul Hamid.1994. *Ekonomi Informal Perkotaan: Gejala Involusi Gelombang Kedua*. Jakarta: LP3ES.

Riadi, Edi. 2014. *Metode Statistika Parametrik dan Nonparametrik*, Jakarta: PT Pustaka Mandiri.

T G Yeung, Y M McGee.1977. *Hawkers in Southeast Asian Cities* (*http://www.amazon.com/Hawkers-Southeast-Asian-Cities-Yeung/*)

Usman, Sunyoto. 2005. Ruang Malioboro. Yogyakarta, Penerbit UGM.. *https://sites.google.com/site/kisahorangsukses/tips-sukses/10-kiat-sukses-membuka-usaha-makanan*

––––––––––. PP Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2013.

––––––––––. PP Republik IndonesiaNo 32 tahun 1998.

––––––––––. UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.