
**STRATGI PENINGKATAN PENDAPATAN PEDAGANG KAKI LIMA
DI MASA PENDEMI COVID 19****Oleh****Kusnanto Darmawan¹, Sukma Irdiana², Kurniawan Yunus Ariyono³**^{1,2,3}ITB Widya Gama LumajangEmail : sukmapasah@gmail.com**Abstrak**

Pandemi Covid-19 yang datang begitu tiba-tiba memberikan dampak penurunan pendapatan bagi para pedagang kaki lima di alun-alun Lumajang. Keadaan ini tidak diketahui sampai seberapa lamanya terjadi. Untuk itu para pedagang kaki lima yang ada di alun-alun Lumajang berusaha untuk tetap bertahan agar dapat mencukupi keluarganya di masa pandemic covid 19 ini. Untuk itu para pedagang kaki lima berusaha mengubah strategi yang awalnya berdagang secara tradisional menjadi berdagang secara online. Adapun tujuan penelitian ini adalah: 1). Mendeskripsikan kondisi Pedagang Kaki Lima akibat pandemi Covid-19 yang ada di alun-alun Lumajang, 2). Mendeskripsikan dan menganalisis strategi pedagang kaki lima di alun-alun Lumajang untuk dapat mempertahankan usahanya. Adapun penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian berupa studi kasus. Teknik sampling menggunakan purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan observasi. Uji keabsahan data dilakukan dengan triangulasi, yang selanjutnya dilakukan analisis dengan menggunakan analisis data model interaktif dan disajikan secara deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kondisi pedagang kaki lima yang ada di alun-alin Lumajang akibat pandemi Covid-19 pada awalnya mengalami penurunan pendapatan yang sangat drastis, namun mereka berhasil bangkit dan mempertahankan usahanya meski pendapatan mereka tidak bisa kembali seperti semula. Strategi pedagang kaki lima di alun-alun Lumajang dalam mempertahankan usahanya di tengah pandemi Covid-19 diantaranya ditempuh dengan cara memperluas pangsa pasar dengan menggunakan media sosial, membuat produk baru, serta melakukan kerjasama dengan pedagang kaki lima yang lain

Kata Kunci: Strategi Usaha, Pendapatan, Pedagang Kaki Lima, Pandemi Covid-19.**PENDAHULUAN**

Kota menjadi pusat pembangunan sektor formal, maka kota dipandang lebih menjanjikan bagi masyarakat desa. Kota bagaikan mempunyai kekuatan magis yang mampu menyedot warga desa, sehingga terjadi perpindahan penduduk dari desa ke kota (Herlina et al., 2018). Kondisi tersebut dikenal dengan teori faktor pendorong, dan faktor penarik dalam urbanisasi. Akan tetapi kota tidak seperti apa yang diharapkan kaum migran. Tenaga kerja yang banyak tidak bisa sepenuhnya ditampung sektor formal. Lapangan kerja formal yang tersedia mensyaratkan kemampuan dan latar belakang

pendidikan tertentu yang sifatnya formal, sehingga tenaga kerja yang tidak tertampung dalam mempertahankan kelangsungan hidupnya dengan memilih sektor informal (Hiyah et al., 2021). Fakta yang dapat dilihat adalah adanya ketidakmampuan sektor formal dalam menampung tenaga kerja, serta adanya sektor informal yang bertindak sebagai pengaman antara pengangguran dan keterbatasan peluang kerja.

Sektor informal yang paling banyak digeluti oleh masyarakat adalah pedagang kaki lima (PKL). Sehingga dapat dikatakan adanya sektor informal dapat meredam kemungkinan keresahan sosial sebagai akibat langkahnya

peluang kerja. Kehadiran pedagang kaki lima sering dikaitkan dengan dampak negatif bagi lingkungan perkotaan, dengan munculnya kesan buruk, kotor, kumuh dan tidak tertib (Jamil, 2017). Hal ini ditunjukkan oleh penempatan sarana perdagangan yang tidak teratur dan tertata serta sering menempati tempat yang menjadi tempat umum. Akan tetapi adanya kebutuhan terhadap pedagang kaki lima oleh masyarakat menjadikan keberadaan para pedagang kaki lima pun semakin banyak, terutama masyarakat yang kelas bawah yang masih membutuhkan mereka untuk memenuhi kebutuhan yang terjangkau (Rifai, 2006).

Menurut Effendi konsep informal digunakan untuk menjelaskan bahwa sektor informal dapat mengurangi pengangguran di kota Negara sedang berkembang. Orang yang bekerja pada sektor informal khususnya pedagang kaki lima memiliki keterbatasan-keterbatasan untuk melakukan usaha, antara lain: (1) minimnya modal, (2) rendahnya tingkat pendidikan, dan (3) kurangnya akses terhadap kebijakan pemerintah, informasi dan sarana – sarana ekonomi maupun social (Allam et al., 2019).

Banyaknya orang yang terjangkit *Corona virus Disease 2019* (Covid-19) menimbulkan banyak pula kecemasan dan kegelisahan (Hariyani, 2021). Pedagang kaki lima yang berada di alun-alun Lumajang sebagian besar beragama Islam, sejak pandemi covid-19 melanda Indonesia termasuk wilayah Lumajang, pedagang kaki lima di alun-alun Lumajang Kota Lumajang mengakui mengeluh penghasilan mereka menurun rata-rata hampir 80%. Beberapa penjual salah satunya Bapak Mamat mengatakan bahwa mereka biasanya membuka dagangan dari jam 6 sore sampai jam 9 malam, semenjak pandemi para pedagang tidak diperkenankan buka di alun-alun Lumajang. Hal ini karena alun-alun Lumajang semenjak Covid 19 di tutup untuk sementara waktu. Sehingga pendapatan para pedagang kaki lima yang berada di alun-alun Lumajang mengalami penurunan yang sangat drastis.

Aktivitas pedagang kaki lima banyak ditemukan diperkotaan salah satunya di alun-alun Lumajang Kota Lumajang, dagangannya berupa makanan, minuman, permainan, dan sebagainya. Sarana fisik dagangannya menyesuaikan jenis dagangannya seperti gerobak, pikulan, atau membuka lapak. Waktu berdagang di alun-alun Lumajang hanya mulai pukul 5 sore hingga pukul 9 malam. Alun-alun Lumajang terletak di pusat kota Lumajang. Alun alun Lumajang dikelilingi oleh pusat pemerintahan, bukan hanya pemerintahan saja namun juga Polres dan juga Kodim. Hal ini yang membuat alun alun menjadi tempat yang strategis bagi pedagang kaki lima. Belum lagi alun alun Lumajang dijadikan tempat rekreasi dan juga tempat kebugaran bagi masyarakat umum. Sehingga makin lengkap kesempatan bagi para wirausaha kecil (pedagang kaki lima). Berdasarkan fenomena tersebut maka peneliti tertarik untuk menilai pedagang kaki lima di tinjau dari pendapatan pada saat terjadinya covid 19.

LANDASAN TEORI

Strategi Pemasaran

Menurut (David & Rangkuti, 2014:3) berpendapat bahwa strategi adalah alat untuk mencapai tujuan dalam perkembangannya, dan konsep mengenai strategi agar terus berkembang. Menurut (Phillip Kotler & Keller, 2012) pemasaran adalah Suatu proses sosial dengan mana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan mempertukarkan produksi dan nilai dengan individu dan kelompok lainnya. Strategi pemasaran menurut Philip Kotler & Amstrong (2012) adalah logika pemasaran dimana perusahaan berharap dapat menciptakan nilai bagi customer dan dapat mencapai hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan.

Pendapatan

Pendapatan adalah adalah sesuatu yang diperoleh dari menjual sesuatu yang menghasilkan keuntungan (Menek s &

Wibowo, 2016). Pendapatan dapat digolongkan menjadi beberapa macam, diantaranya penggolongan pendapatan berdasarkan cara memperolehnya, pendapatan dibagi menjadi dua yaitu: 1) Pendapatan kotor: adalah pendapatan yang diterima oleh pedagang sebelum dikurangi dengan biaya-biaya. 2) Pendapatan bersih: adalah pendapatan yang diterima oleh pedagang setelah dikurangi dengan biaya-biaya. Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan dalam penelitian ini yaitu : 1) Jumlah Faktor, Produksi Faktor produksi ini meliputi modal usaha, pengalaman usaha, dan jam kerja 2) Harga Barang itu Sendiri, Harga barang itu sendiri artinya jika barang yang kita jual-belikan itu murah maka akan banyak konsumen yang membelinya, namun jika harga yang kita tawarkan mahal maka konsumenpun berpikir-pikir sebelum membeli barang tersebut.

Pedagang Kaki Lima

Pengertian pedagang kaki lima menurut ensiklopedia bebas berbahasa Indonesia adalah istilah untuk menyebut penjaja dagangan yang menggunakan gerobak. Kelima kaki tersebut adalah dua kaki pedagang ditambah tiga (kaki) gerobak (yang sebenarnya adalah tiga roda atau dua roda dan satu kaki). Dari beberapa pandangan tersebut dapat diambil satu benang merahnya bahwa yang dimaksud dengan pedagang kaki lima adalah mereka yang berjualan di tempat umum yang sifatnya tidak permanen, bermodal kecil dan dilakukan secara pribadi atau berkelompok (Sarmita & Treman, 2017). Untuk lebih jelasnya, kegiatan pedagang kaki lima dalam sektor ekonomi yang dapat dikemukakan sebagai berikut : a. kegiatan usaha tidak terorganisasi secara baik karena timbulnya unit usaha tidak mempergunakan fasilitas atau kelembagaan yang tersedia di sektor formal; b. pada umumnya unit usaha tidak memiliki ijin usaha; c. pola kegiatannya tidak teratur, baik dalam arti lokasi maupun jam kerjanya; d. pada umumnya kebijaksanaan pemerintah untuk membantu golongan ekonomi lemah tidak menyentuh ke sektor

tersebut; e. unit usaha mudah masuk dari sub sektor ke sub sektor lain; f. teknologi yang dipergunakan bersifat tradisional; g. modal dan perputaran usaha relatif kecil, sehingga skala operasinya juga relatif kecil; h. pendidikan yang diperlukan untuk menjalankan usaha tidak membutuhkan pendidikan khusus; i. pada umumnya unit usaha termasuk “*one man enterprises*”, dan kalau mengerjakan buruh berasal dari keluarga; j. sumber dana modal usaha pada umumnya berasal dari tabungan sendiri atau lembaga tidak resmi; k. hasil produksi atau jasa terutama dikonsumsi untuk masyarakat golongan berpenghasilan rendah dan kadang-kadang juga menengah.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dan jenis penelitiannya yaitu studi kasus. Penelitian ini dilakukan pada bulan Maret sampai dengan Juni 2021 di Alun-Alun Lumajang yang merupakan tempat berkumpulnya para PKL untuk menjajakan dagangannya. Populasi berjumlah 87 orang PKL yang berasal dari warga sekitar Lumajang. Teknik sampling pada penelitian ini menggunakan purposive sampling, sedangkan pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan observasi. Uji keabsahan data dilakukan dengan triangulasi, untuk selanjutnya dilakukan analisis secara mendalam dengan menggunakan analisis data model interaktif dan disajikan secara deskriptif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Pedagang Kaki Lima Di Alun-Alun Lumajang

Keberadaan Pedagang Kaki Lima yang bertempat di alun-alun Lumajang merupakan salah satu sarana yang diberikan Pemerintah Lumajang sebagai bentuk kepedulian Pemerintah terhadap masyarakat kecil terutama pedagang kaki lima. Sarana ini awalnya diperuntukkan hanya pada saat *car free day* aja. Namun lambat laun keberadaan pedagang kaki

lima di alun-alun ada setiap sore hingga petang. Pedagang kaki lima di alun-alun bersifat bongkar-pasang dalam arti pedagang kaki lima berjualan menggunakan gerobak dorong, sepeda, mobil dan warung semi permanen. Sehingga setelah selesai berjualan mereka membongkar dan membawa pulang sarana atau perlengkapan berjualan yang mereka gunakan. Umumnya mereka berjualan dari sore hingga malam hari. Saat pagi hari suasana sepi karena umumnya mereka masih menyiapkan atau mengolah barang dagangan mereka. Saat Pandemi Covid-19 rutinitas seperti dulu tidak dapat dilakukan lagi. Awal-awal pandemic Covid-19 alun-alun Lumajang sempat di tutup total. Sehingga pedagang kaki lima sempat mati tidak dapat mencari rejeki. Namun akhir-akhir ini pedagang kaki lima sudah dapat beroperasi dengan catatan pedagang kaki lima harus dapat mematuhi protocol kesehatan dalam berjualan dan telah vaksin. Sebagai salah satu syarat dapat beroperasi kembali pada saat berdagang. Dengan dimulai diijinkannya pedagang kaki lima berjualan di alun-alun tidak sebanding dengan pembeli yang membeli dagangan pedagang kaki lima. Turunnya pendapatan disebabkan oleh turunnya minat beli konsumen yang masih takut keluar rumah. Hal ini dirasakan sekali oleh pedagang kaki lima di alun-alun Lumajang.

Para PKL di alun-alun Lumajang menempati 4 lokasi yang disediakan oleh Pemerintah diantaranya sebelah Barat, Timur, Utara dan Selatan. Agar terjadi kerukunan antar pedagang kaki lima di alun-alun, pedagang kaki lima membentuk paguyuban pedagang kaki lima alun-alun. Dengan terbentuknya paguyuban, pedagang kaki lima lebih tertib dan mematuhi setiap aturan yang di keluarkan oleh Pemerintah. Mulai kebersihan, kerukunan, keamanan dan lain sebagainya. Kondisi pedagang kaki lima di alun-alun cukup tertib, bersih, dan rapi sehingga jauh dari kesan kumuh sebagaimana umumnya pedagang kaki lima yang biasanya berada di wilayah perkotaan. Selain itu, keberadaan pedagang kaki lima di

alun-alun Lumajang sama sekali tidak mengganggu kelancaran aktivitas lalu lintas. Apalagi saat pandemi Covid-19 karena tentunya kondisinya jauh lebih sepi dan pemberlakuan prokes diantaranya tidak boleh bergerumbl juga pengaturan jarak berjualan sehingga terlihat jauh lebih rapi.

Jumlah Pedagang Kaki Lima (PKL) di Lapangan Desa Karangrejo kurang lebih berjumlah 87 pedagang, dengan jenis dagangan terdiri dari produk olahan makanan, minuman dan lain sebagainya. Mereka tidak hanya berasal dari masyarakat Lumajang saja tapi juga dari luar Lumajang yaitu para pedagang kaki lima dari Kabupaten sekitar Lumajang. Demikian juga untuk para pelanggan selain dari masyarakat Lumajang sendiri para pelanggan juga berasal dari beberapa Kabupaten lain. Dengan kata lain usaha pedagang kaki lima tersebut cukup banyak peminat. Namun saat awal terjadi pandemi Covid-19 setahun kemarin yaitu saat pemberlakuan *social distancing* kondisi para pedagang kaki lima di alun-alun Lumajang cukup memprihatinkan, karena mereka sempat tidak berjualan karena ada pelarangan dan penutupan lokasi berjualan dari Pemerintah Lumajang setempat untuk beberapa waktu. Otomatis hal itu berdampak terhadap pendapatan para pedagang kaki lima yang tidak ada pemasukan sama sekali. Baru kemudian setelah lokasi berjualan dibuka kembali, beberapa pedagang kaki lima mulai berjualan namun tidak semua, hal ini karena banyak dari pedagang kaki lima yang gulung tikar. Sehingga banyak pedagang kaki lima untuk kembali berdagang tidak memiliki modal untuk berjualan. Selain itu banyak pedagang kaki lima yang merasa pesimis untuk berjualan dikarenakan pedagang kaki lima melihat masih banyak masyarakat yang enggan untuk keluar rumah untuk membeli. Kondisi ini berdampak pada turunnya pendapatan pedagang kaki lima di daerah sekitar alun-alun Lumajang. Namun sekarang kondisi pedagang kaki lima mulai membaik seiring bertambahnya pengetahuan masyarakat terhadap Covid-19, meskipun

tingkat pendapatan belum kembali seperti semula. Tapi hampir semua pedagang sudah rutin untuk berjualan dengan tetap mematuhi standar kesehatan Covid-19 yang berlaku.

Strategi Pedagang Kaki Lima Alun-Alun Lumajang Dalam Mempertahankan Usahanya Di Tengah Pandemi Covid-19

Pedagang kaki lima sebenarnya memiliki potensi untuk menunjang pertumbuhan ekonomi di suatu daerah. Dengan adanya pedagang kaki lima maka terciptalah lapangan pekerjaan di suatu daerah. Pedagang kaki lima juga memberikan sumbangan bagi pendapatan daerah, jika dikelola dengan baik oleh pemerintahan setempat. Sehingga dapat memberikan kontribusi dalam penyelesaian masalah sosial seperti pengangguran. Pedagang kaki lima juga dapat menjadi bursa penyerap tenaga kerja yang efektif karena mampu untuk menyerap tenaga kerja bagi mereka yang tidak memiliki pekerjaan dan keterampilan yang memadai. Potensi yang besar ini memiliki kemampuannya yang tinggi dalam menyerap tenaga kerja. Namun kondisi tersebut menjadi berbeda ketika terjadi pandemi Covid-19. Pandemi Covid-19 menyebabkan bertambahnya pengangguran yang ada di suatu wilayah atau daerah. Hal ini terbukti dengan jelas yang awalnya pedagang kaki lima, pada masa pandemic Covid 19 ini pedagang kaki lima gulung tikar karena minimnya masyarakat yang membeli dagangan mereka. Sehingga pada masa pandemic Covid 19 ini pengangguran makin bertambah seiring dengan tumbuh kembangnya wabah ini.

Menjadi pedagang kaki lima tidak diperlukan keterampilan yang khusus, modal yang besar, ijin usaha, dan lain sebagainya. Sehingga menjadi salah satu pilihan bagi masyarakat yang memiliki tingkat pendidikan rendah dan dengan keterampilan yang minim agar tetap bisa bertahan hidup. Dan kesempatan itu yang diambil oleh para pedagang kaki lima yang berada di alun-alun Lumajang, dimana rata-rata mereka sebelumnya adalah tidak

bekerja atau menganggur. Pedagang kaki lima di alun-alun Lumajang mestinya bisa berkembang karena bertempat di lokasi yang strategis. Namun ternyata hal itu tidaklah cukup untuk menjadikan usaha tersebut berkembang, ketika kondisi tidak normal seperti sekarang yakni terjadi pandemi Covid-19. Mau tidak mau para pedagang kaki lima tersebut harus memutar otak dan mampu dan mau beradaptasi dengan kondisi yang ada jika mereka ingin mempertahankan usahanya tetap hidup. Jika tidak, maka mereka harus kembali menjadi pengangguran karena keterbatasan yang mereka miliki sehingga tidak bisa menyentuh sektor formal, yang artinya mereka harus bisa bertahan di sektor informal ini yaitu menjadi pedagang kaki lima. Adapun beberapa usaha yang ditempuh para pedagang kaki lima di alun-alun Lumajang dalam mempertahankan usahanya di tengah pandemi Covid-19 ini, diantaranya:

1. Memperluas Pangsa Pasar

Pedagang kaki lima sadar bahwa usaha untuk berdagang di masa pandemic ini sangatlah sulit untuk mereka lalui. Dengan bekal kemampuan yang terbatas maka pedagang kaki lima menjual dan memperdagangkan usahanya melalui media social yang mereka miliki dan mereka kuasai. Diantaranya memasang dagangannya melalui *WhatsApp*, *Instagram*, dan *FaceBook*, ataupun melalui telepon secara langsung. Strategi ini dilakukan agar kondisi keuangan pedagang kaki lima masih dapat berjalan dengan baik. Namun metode ini tidak dapat diterapkan oleh semua pedagang kaki lima, karena tidak semua pedagang kaki lima memiliki kemampuan dan pengetahuan seperti itu. Keadaan ini disebabkan karena hampir sebagian besar pedagang kaki lima di alun-alun Lumajang usia mereka sudah tua. Sehingga mereka tetap bertahan dengan metode berdagang tradisional.

2. Membuat Produk Baru

Pembuatan produk baru yang dilakukan oleh pedagang kaki lima yang ada di alun-alun Lumajang adalah sebagai bentuk pengembangan produk mereka yang biasanya dijual secara tradisional. Namun karena produk yang diperdagangkan akan beralih secara online maka produk tersebut dibuat semenarik mungkin agar laku di pasaran. Sehingga dapat meningkatkan penghasilan atau pendapatan bagi para pedagang kaki lima.

3. Melakukan Kerjasama Dengan Pedagang Kaki Lima Yang Lain

Pedagang kaki lima di alun-alun Lumajang dalam mengatasi turunnya pendapatan pada masa pandemic Covid 19 ini. Pedagang kaki lima saling bekerja sama dalam memasarkan produk mereka. Dengan pemersatuan dua sampai tiga produk diharapkan mereka dapat mendapatkan keuntungan bersama-sama. Kerjasama ini yang membedakan pedagang kaki lima di alun-alun Lumajang dengan pedagang kaki lima di wilayah lain.

PENUTUP

Kesimpulan

Keadaan pedagang kaki lima di alun-alun Lumajang pada saat pandemi Covid-19, mengalami penurunan pendapatan yang sangat drastis, namun pedagang kaki lima berhasil bangkit dan mempertahankan usahanya meski pendapatan mereka tidak bisa kembali seperti semula sebelum terjadi pandemi. Selain itu, tidak semua pedagang kaki lima mampu beradaptasi dengan kondisi yang ada karena keterbatasan pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki khususnya dalam memanfaatkan teknologi. Strategi pedagang kaki lima di alun-alun Lumajang dalam mempertahankan usahanya di tengah pandemi Covid-19 diantaranya ditempuh dengan cara memperluas pasar dengan cara online, membuat produk baru, serta melakukan kerjasama dengan pedagang kaki lima yang lain.

Keterbatasan

Penelitian ini hanya dilakukan pada pedagang kaki lima yang berada di sekitar alun-alun Lumajang. Sehingga tidak dapat mengcover pedagang kaki lima yang ada di seluruh wilayah Kabupaten Lumajang. Selain itu waktu penelitian yang cukup singkat hanya 4 bulan saja, membuat kurang optimalnya penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Allam, M. A., Rahajuni, D., Ahmad, A. A., & Binardjo, G. (2019). Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima (Pkl) Di Pasar Sunday Morning (Sunmor) Purwokerto. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi*, 21(2). <https://doi.org/10.32424/jeba.v21i2.1328>
- [2] David, & Rangkuti, F. (2014). *Manajemen Strategi* (Sepuluh). Salemba Empat.
- [3] Hariyani, T. (2021). Strategi Pedagang Kaki Lima Dalam Mempertahankan Usaha Di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekuivalensi*, 7 (1), 148–164.
- [4] Herlina, W. O., Kambolong, M., & Idrus, S. H. (2018). Strategi Pengembangan Usaha Sektor Informal Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kaki Lima Di Kecamatan Kambu Kota Kendari. *Business UHO: Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(1), 125–134.
- [5] Hiyah, S., Sapar, & Suhardi. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima Pada Pusat Niaga PALOPO (PNP) Di Kota PALOPO. *Repository UPT. Perpustakaan Universitas Muhammadiyah PALOPO*, 1(1), 1–11.
- [6] Jamil, M. A. dan S. M. (2017). Eksistensi PKL Perempuan dalam Meningkatkan Pendapatan Ekonomi Keluarga Miskin. *Ekonomica Sharia- Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Ekonomi Syariah*, 2(2), 218.

-
- [https://ejournal.stebisigm.ac.id/index.php/esh](https://ejournal.stebisigm.ac.id/index.php/esha/article/view/94/83)
[a/article/view/94/83](https://ejournal.stebisigm.ac.id/index.php/esh/article/view/94/83)
- [7] Kotler, Philip, & Amstrong, G. (2012). *Prinsip Prinsip Pemasaran* (Tiga Belas). Erlangga.
- [8] Kotler, Phillip, & Keller, K. (2012). *Manajemen Pemasaran* (Dua Belas). Erlangga.
- [9] Menuk s, C., & Wibowo, T. susilo. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima Studi Kasus PKL Di Surabaya. *Majalah Ekonomi*, 21(2), 185–192.
- [10] Sarmita, I. M., & Treman, I. W. (2017). Studi Tentang Pedagang Kaki Lima (PKL) Di Kawasan Nusa Dua Bali. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial*, 3(1), 50–57.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN