

Strategi Penataan Pedagang Ikan Segar Kaki Lima di Kota Kupang: Implikasi Terhadap Estetika dan Keberlanjutan Usaha
Strategies for Organizing Fresh Fish Street Vendors in Kupang City: Implications for Aesthetics and Business Sustainability

Frits Oscar Fanggidae¹⁾, Apriana H. J. Fanggidae²⁾, Jappy P. Fanggidae³⁾
1) Universitas Kristen Artha Wacana Kupang, 2) Universitas Nusa Cendana Kupang, 3)
Politeknik Negeri Kupang
email: fjappy@yahoo.com

Abstract. *This study investigates the sustainability of street vendors (PKL) selling fresh fish in Kupang City, focusing on the perceptions of both consumers and vendors regarding urban aesthetic values. The findings reveal that, despite high consumer satisfaction with the services provided by the vendors, there is a preference for relocating their business activities due to the negative impact on urban aesthetics and safety. The vendors themselves acknowledge the importance of obtaining business permits and are generally open to relocation, provided that the new locations are strategic and equipped with adequate facilities. These results highlight the need for government intervention in organizing vendor locations and improving infrastructure to create a more aesthetic and sustainable business environment in Kupang City. This study offers valuable insights for the development of urban planning that supports business sustainability while enhancing urban aesthetics.*

Keywords: Structuring, traders, sidewalks, Kupang City.

Abstrak. Penelitian ini menyelidiki keberlangsungan usaha pedagang kaki lima (PKL) penjual ikan segar di Kota Kupang, dengan fokus pada persepsi konsumen dan PKL terhadap nilai-nilai estetika tata kota. Studi ini menemukan bahwa meskipun konsumen puas dengan pelayanan PKL, mereka cenderung mendukung relokasi lokasi jualan karena dampak negatif terhadap estetika dan keamanan kota. PKL juga menyadari pentingnya perizinan usaha dan bersedia direlokasi asalkan lokasi baru strategis dan dilengkapi fasilitas memadai. Hasil ini menyoroti perlunya campur tangan pemerintah dalam penataan lokasi dan peningkatan infrastruktur untuk menciptakan lingkungan usaha yang estetik dan berkelanjutan di Kota Kupang. Studi ini memberikan kontribusi penting bagi pengembangan tata kota yang mendukung keberlanjutan bisnis sekaligus meningkatkan estetika perkotaan.

Kata kunci: penataan, pedagang, kaki lima, Kota Kupang.

PENDAHULUAN

Era globalisasi dewasa ini menuntut adanya peningkatan kualitas hidup dan kehidupan masyarakat yang sejahtera, adil dan makmur (Asyafiq, 2019). Kenyataannya kebijakan pembangunan nasional selalu memarginalkan kelompok mikro dan hanya menekankan pembangunan pada aspek global. Masyarakat kecil hanya mampu melaksanakan usahanya pada bidang usaha mikro. Usaha mikro adalah bisnis yang dimulai dengan modal yang terbatas dan biasanya memiliki skala operasional yang kecil. Jenis usaha ini sering kali dimulai oleh individu atau kelompok kecil, dan seringkali beroperasi dalam lingkup lokal (Supriandi, 2022). Meskipun modalnya terbatas, usaha mikro kecil memiliki peran yang penting dalam perekonomian karena dapat menciptakan lapangan kerja, menggerakkan roda perekonomian lokal, dan memberikan kesempatan kepada pengusaha baru untuk memulai bisnis mereka (Rofiq et al., 2023). Beberapa contoh usaha mikro kecil termasuk warung makan, toko kelontong, tukang cukur, jasa cuci mobil, penjual ikan,

usaha kerajinan tangan, dan sebagainya. Seiring dengan perkembangan teknologi, banyak juga usaha mikro kecil yang mulai merambah ke ranah online, seperti toko online atau layanan jasa online. Meskipun memiliki tantangan seperti modal terbatas, persaingan yang ketat, dan akses terhadap sumber daya yang terbatas, usaha mikro kecil dapat berkembang dengan baik melalui inovasi, manajemen yang baik, pemahaman yang mendalam tentang pasar lokal, dan pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan efisiensi dan mencapai lebih banyak pelanggan.

Dalam menghadapi tantangan yang diutarakan sebelumnya, solusi yang diusulkan bertumpu pada penciptaan inovasi teknologi untuk masyarakat (Ipteks) melalui pendekatan usaha baru bagi kelompok atau individu (Sufaidah et al., 2022). Langkah-langkah ini diarahkan untuk mengurangi tingkat kemiskinan dengan menggerakkan roda ekonomi secara lebih inklusif, yang pada gilirannya akan meningkatkan kesejahteraan keluarga. Upaya ini juga membuka pintu untuk peningkatan pemahaman tentang usaha mikro melalui pendidikan nonformal yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka, terutama dalam menganalisis potensi dan peluang pasar (Astuty, 2021; Choirina et al., 2022). Fasilitas yang diberikan dalam memetakan potensi dan peluang di sektor usaha mikro akan membantu meningkatkan daya saing dan keberlangsungan usaha tersebut. Selain itu, penguatan kelompok dan individu melalui produk barang dan jasa yang dihasilkan akan mendorong terciptanya ekosistem ekonomi yang berkelanjutan. Dalam hal akses modal, kolaborasi dengan BUMN dan lembaga keuangan menjadi kunci penting untuk mendukung pertumbuhan usaha mikro melalui penyediaan sumber daya finansial yang dibutuhkan (Jalil & Hamzah, 2020). Dengan demikian, pendekatan ini diharapkan dapat memberikan landasan yang kokoh bagi pengentasan kemiskinan dan peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat secara menyeluruh.

Dalam sektor ekonomi, indikator kinerja yang memiliki dampak langsung pada kehidupan banyak orang meliputi pertumbuhan ekonomi dan ketersediaan lapangan kerja (Fanggidae, 2019). Peningkatan pertumbuhan ekonomi dapat menghasilkan lebih banyak kesempatan kerja, sehingga semakin banyak orang yang memiliki pekerjaan dan penghasilan yang kemudian mendorong permintaan agregat, yang memacu produksi dan pada akhirnya menciptakan lebih banyak kesempatan kerja serta pendapatan bagi masyarakat (Fanggidae, 2019). Saat ini, sebagian besar masyarakat Kota Kupang terlibat dalam usaha-usaha yang bersifat tradisional dengan pasar yang sederhana, terutama karena terbatasnya akses terhadap modal yang relatif kecil. Selain itu, terdapat pola adaptasi yang terus-menerus di kalangan pengusaha kecil yang berada pada tatanan masyarakat ekonomi lemah. Mereka berupaya untuk bertahan hidup melalui perdagangan kecil yang dilakukan di pasar, yang merupakan kegiatan ekonomi berskala mikro (Sjioen & Weni, 2017).

Kehadiran penjual ikan diakui sebagai sumber ekonomi yang signifikan, dengan potensi besar dalam menciptakan lapangan kerja dan memenuhi kebutuhan masyarakat (Majid, 2018). Kehidupan sosial-ekonomi komunitas pedagang ikan dapat dilihat dari dua perspektif yang berbeda. Dari segi sosial, ini mencakup pendidikan, interaksi sosial, lembaga, dan organisasi, sementara dari segi ekonomi, melibatkan kepemilikan aset, mata pencaharian, pendapatan, modal usaha, dan lokasi kegiatan ekonomi seperti bank, pasar, dan Tempat Pelelangan Ikan (TPI) (Majid, 2018). Dengan demikian, secara ekonomi, keberadaan pedagang ikan sangat membantu perekonomian regional, namun dari segi sosial, terutama dari sisi interaksi sosial, keberadaan pedagang ikan di Kota Kupang dapat saja menimbulkan permasalahannya tersendiri. Penelitian ini mengisi gap berupa kurangnya eksplorasi simultan terhadap persepsi konsumen dan pedagang kaki lima (PKL) mengenai dampak keberadaan pedagang ikan segar terhadap estetika tata kota dan keberlanjutan usaha. Selain itu, penelitian ini juga menjawab minimnya kajian kontekstual tentang dinamika usaha PKL di Kota Kupang yang dapat menjadi dasar

pengembangan kebijakan tata kota yang inklusif dan berkelanjutan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi penataan pedagang kaki lima (PKL) penjual ikan segar di Kota Kupang, dengan fokus pada persepsi konsumen dan PKL terhadap dampak aktivitas usaha mereka terhadap nilai estetika tata kota dan keberlanjutan usaha. Penelitian ini juga bertujuan memberikan rekomendasi strategis bagi pemerintah daerah dalam menciptakan kebijakan yang mendukung penataan lokasi PKL secara estetis dan berkelanjutan.

Hasil survei di Kota Kupang menunjukkan bahwa Kota ini menghadapi tantangan dalam mengatur aktivitas Pedagang Kaki Lima (PKL) yang menjual ikan segar di berbagai lokasi seperti Namosain, Alak, Kelapa Lima, dan Oesapa. Dari survei dan wawancara dengan konsumen dan PKL, terungkap bahwa sejumlah masalah memerlukan perhatian dan tindakan pemerintah Kota Kupang. Dari permasalahan yang ada, fokus utama dapat difokuskan pada bagaimana menjelaskan titik atau lokasi yang optimal untuk aktivitas PKL penjual ikan. Tujuannya adalah agar tempat-tempat ini mudah diakses oleh masyarakat tanpa mengesampingkan aspek estetika tata kota, memperhatikan harmoni antara kebutuhan aksesibilitas dan keindahan perkotaan yang merupakan elemen penting dalam pembangunan kota yang berkelanjutan dan ramah lingkungan. Langkah-langkah yang holistik dan berkelanjutan perlu diambil untuk mencapai keseimbangan yang tepat antara kepentingan ekonomi, sosial, dan lingkungan dalam mengelola aktivitas PKL penjual ikan di Kota Kupang.

Usaha kecil merujuk pada aktivitas ekonomi yang efektif dan mandiri, dijalankan oleh individu atau badan usaha yang berdiri sendiri, bukan merupakan subbagian dari perusahaan menengah atau besar, baik secara langsung maupun tidak langsung, dan memiliki ciri-ciri yang membedakannya dari usaha menengah atau besar (Nalini, 2021). Pedagang kecil, seperti pedagang ikan segar kaki lima, memperlihatkan peran vital mereka dalam perekonomian lokal. Studi oleh Ananda and Susilowati (2017) menyoroti bahwa pedagang kecil sering menghadapi tantangan seperti akses terhadap modal, infrastruktur terbatas, dan persaingan dengan pasar modern. Pada krisis moneter tahun 1997 pedagang telah mampu memberikan kontribusi dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan dapat dipandang sebagai media penyelamat dalam proses pemulihan ekonomi nasional (Kurniawan & Fauziah, 2014). Hal ini terulang lagi pada saat terjadi pandemi Covid-19 selama kurang lebih 2 (dua) tahun di seluruh dunia, termasuk di Indonesia, dimana para pedagang kecil terbukti mampu bertahan di tengah kesulitan semasa pandemi (Sugiri, 2020). Dukungan pemerintah, seperti pelatihan kewirausahaan dan akses ke pasar, telah terbukti meningkatkan daya saing pedagang kecil, seperti yang terlihat dalam upaya penataan pedagang ikan segar kaki lima di Kota Kupang.

Penelitian Powatu (2024) menekankan bahwa pedagang kecil memainkan peran kunci dalam ekonomi informal, menjadi tulang punggung ekonomi lokal dengan memberikan lapangan pekerjaan dan memperkuat jaringan sosial di komunitas sekitar. Mereka tidak hanya menyediakan akses mudah ke produk segar, tetapi juga berkontribusi pada keberlanjutan lingkungan dengan model bisnis yang lebih berkelanjutan. Dalam era globalisasi dan urbanisasi, perhatian terhadap peran pedagang kecil menjadi semakin penting untuk menjaga keberlangsungan ekonomi lokal dan warisan budaya. Sebagai contoh, pedagang kecil ternyata berperan dalam mempertahankan identitas lokal, mendorong pariwisata kuliner, dan membangun ketahanan ekonomi di tingkat mikro (Wulandari & Parameswara, 2020). Sehingga, penataan pedagang kecil, termasuk pedagang ikan segar kaki lima di Kota Kupang, menjadi kunci dalam memperkuat ekonomi lokal, menghadapi tantangan globalisasi, serta mempromosikan keberlanjutan lingkungan. Melalui pendekatan yang holistik dan dukungan yang tepat, pedagang kecil dapat terus berperan sebagai motor penggerak ekonomi mikro dalam masyarakat.

Usaha mikro memiliki peran strategis yang sangat penting dalam perekonomian lokal maupun global. Meskipun kecil dalam skala, usaha mikro memiliki dampak yang signifikan dalam menciptakan lapangan kerja, menggerakkan pertumbuhan ekonomi, dan mengurangi kemiskinan. Salah satu peran utama usaha mikro adalah dalam penciptaan lapangan kerja (Jalil & Hamzah, 2020). Usaha mikro sering kali menjadi sumber utama pekerjaan di tingkat lokal, mampu menyerap tenaga kerja yang terbatas, dan menyediakan peluang bagi mereka yang tidak memiliki keterampilan khusus atau pengalaman kerja. Selain itu, usaha mikro juga mendorong pertumbuhan kewirausahaan dengan memberikan peluang bagi individu untuk memulai usaha mereka sendiri meski dengan modal terbatas. Hal ini menciptakan lingkungan yang kondusif bagi inovasi dan kreativitas dalam masyarakat.

Usaha mikro juga berkontribusi pada pemberdayaan ekonomi, memberikan kesempatan kepada masyarakat yang kurang beruntung atau marginal untuk meningkatkan pendapatan dan mencapai kemandirian ekonomi (Khasanah, 2023). Ini dapat mengurangi ketergantungan pada pekerjaan informal atau bantuan sosial, serta mendorong distribusi pendapatan yang lebih merata. Dengan memberikan peluang kepada individu untuk memiliki dan mengelola usaha mereka sendiri, usaha mikro membantu mengurangi kesenjangan pendapatan dan mendistribusikan kekayaan secara lebih adil di masyarakat. Selain itu, usaha mikro memainkan peran penting dalam menggerakkan pertumbuhan ekonomi lokal (Anggarini, 2021). Dengan menghasilkan barang dan jasa, menciptakan pendapatan lokal, dan meningkatkan daya beli masyarakat, usaha mikro memperkuat perekonomian di tingkat lokal. Usaha ini juga sering kali berkaitan erat dengan budaya dan tradisi lokal, membantu mempertahankan keberagaman budaya dan tradisi suatu daerah melalui produksi barang atau layanan yang berhubungan dengan warisan lokal.

Dalam konteks pembangunan berkelanjutan, usaha mikro memiliki potensi untuk menjadi agen perubahan yang signifikan. Mereka dapat menerapkan praktik bisnis yang ramah lingkungan, mempromosikan penggunaan sumber daya lokal, dan mendukung pembangunan komunitas yang berkelanjutan (Pasaribu et al., 2023). Usaha mikro juga sering kali memberikan kesempatan kepada perempuan dan kelompok rentan lainnya, seperti orang cacat atau kelompok minoritas, untuk terlibat dalam kegiatan ekonomi dan meningkatkan kemandirian mereka (Utama, 2022). Usaha mikro dapat menjadi titik awal pembentukan jaringan usaha lokal yang kuat, yang dapat saling mendukung, berbagi sumber daya, dan memperluas pasar mereka bersama-sama. Karena fleksibilitas dan responsif terhadap perubahan pasar dan kebutuhan konsumen, usaha mikro sering kali menjadi sumber inovasi dan adaptasi di tingkat lokal, yang kemudian dapat membawa dampak positif pada perekonomian secara keseluruhan.

Pedagang kecil di kota seringkali menjadi pemandangan sehari-hari yang hidup dan ramai, namun keberadaan mereka juga dapat menimbulkan masalah, seperti kemacetan lalu lintas (De Rozari & Wibowo, 2015). Aktivitas jual beli yang merayap ke trotoar atau pinggir jalan sering kali mengakibatkan penyempitan ruang bagi pejalan kaki dan kendaraan, yang pada akhirnya dapat memicu kemacetan yang semakin parah. Para pedagang kecil yang menempati lahan secara tidak resmi cenderung menambah kompleksitas lalu lintas kota dengan parkir liar dan penumpukan barang dagangan, sehingga menyulitkan arus kendaraan dan pejalan kaki di sekitarnya (Sitanggang & Saribanon, 2018). Dampak dari kemacetan ini tidak hanya bersifat lokal, tetapi juga berpotensi mengganggu konektivitas transportasi kota secara keseluruhan.

Di samping kemacetan, kehadiran pedagang kecil juga berpotensi mempengaruhi aspek keamanan kota. Area perdagangan informal yang padat sering menjadi sasaran empuk bagi potensi kejahatan seperti pencurian dan penipuan. Kurangnya pengawasan dan regulasi terhadap kegiatan pedagang kecil bisa menciptakan

lingkungan yang rentan terhadap tindakan melawan hukum, mengancam ketertiban dan keamanan masyarakat setempat (Sitanggung & Saribanon, 2018). Ketidakpastian hukum terkait penempatan pedagang kecil juga dapat menjadi celah bagi praktik kriminalitas, mengganggu stabilitas sosial dan menciptakan ketidaknyamanan di lingkungan sekitar (Setiawan, 2024). Dalam mengatasi masalah keamanan ini, perlu dipertimbangkan upaya penegakan hukum yang tegas serta pemberian akses yang lebih terstruktur bagi pedagang kecil demi menciptakan lingkungan yang lebih aman dan teratur bagi semua pihak yang terlibat.

Masalah lain yang dapat ditimbulkan oleh pedagang kecil di kota adalah penurunan estetika atau keindahan kota (Setyowati, 2004; Widiastuti, 2017). Struktur bangunan sementara, tumpukan barang dagangan yang berserakan, dan sampah akibat aktivitas perdagangan informal dapat mengurangi tata kota yang tertata rapi dan menyebabkan pencemaran visual. Hal ini dapat merusak citra kota, mengurangi daya tarik bagi penduduk dan wisatawan, serta menurunkan kualitas lingkungan hidup secara keseluruhan. Dengan demikian, penataan pedagang kecil yang tepat perlu dipertimbangkan untuk menjaga keseimbangan antara kegiatan ekonomi dan keberlangsungan lingkungan kota.

Meningkatkan hubungan antara pedagang dan masyarakat merupakan langkah penting untuk menciptakan lingkungan yang harmonis dan berkelanjutan di tingkat lokal. Salah satu cara untuk mencapai ini adalah melalui keterlibatan komunitas (Umbase et al., 2024). Pedagang dapat terlibat dalam berbagai kegiatan dan acara komunitas, seperti festival lokal, bazaar, atau kegiatan amal, yang membantu memperkuat ikatan antara pedagang dan anggota masyarakat serta memperkuat rasa kepemilikan lokal. Partisipasi dalam proyek komunitas juga merupakan langkah penting. Dengan mendukung dan ikut serta dalam proyek-proyek pembangunan komunitas, seperti kegiatan pembersihan lingkungan, perbaikan infrastruktur, atau program sosial, pedagang dapat membangun kerjasama yang erat dengan warga setempat untuk menciptakan lingkungan yang lebih baik. Transparansi dan komunikasi juga perlu dijaga dengan baik. Pedagang dan masyarakat dapat mengadakan pertemuan reguler, forum terbuka, atau menggunakan media sosial untuk menjaga komunikasi yang terbuka. Ini memungkinkan pedagang untuk memberikan informasi tentang produk atau layanan yang ditawarkan, kebijakan pedagang, serta kegiatan yang sedang dilakukan.

Pemberdayaan ekonomi lokal memainkan peran penting dalam memperkuat hubungan ini. Dengan memberikan dukungan kepada pedagang lokal dan usaha kecil lainnya melalui promosi produk lokal dan mendorong kolaborasi, ekonomi lokal dapat diperkuat dan rasa solidaritas antara pedagang dan masyarakat dapat meningkat. Pelayanan pelanggan yang baik harus selalu menjadi prioritas. Pedagang perlu memastikan bahwa mereka memberikan pelayanan yang baik dan responsif terhadap kebutuhan serta keinginan masyarakat, sehingga menciptakan pengalaman positif bagi pembeli dan memperkuat hubungan dengan pelanggan. Program edukasi dan pelatihan juga dapat diselenggarakan untuk pedagang, dengan fokus pada etika berbisnis, keberlanjutan lingkungan, atau keterampilan interpersonal (Astuty, 2021). Hal ini akan membantu meningkatkan kualitas layanan pedagang dan memperkuat hubungan mereka dengan masyarakat. Komitmen sosial juga sangat penting. Pedagang dapat mendukung inisiatif sosial dan amal yang penting bagi masyarakat setempat, seperti kegiatan amal, sumbangan untuk kegiatan sosial, atau penggalangan dana untuk tujuan tertentu, yang akan meningkatkan rasa kebersamaan dan tanggung jawab sosial.

Pertukaran budaya antara pedagang dan masyarakat juga dapat digalakkan, misalnya melalui acara seni, pameran, atau pertunjukan budaya (Umbase et al., 2024). Ini akan memperkuat hubungan antarbudaya dan meningkatkan pemahaman antara kedua belah pihak. Selain itu, komitmen lingkungan dari pedagang dapat

diperlihatkan melalui dukungan terhadap praktik bisnis yang ramah lingkungan dan berkelanjutan. Misalnya, pedagang dapat berpartisipasi dalam program daur ulang, mengurangi limbah plastik, atau menggunakan produk ramah lingkungan, yang akan memperkuat hubungan dengan masyarakat yang peduli lingkungan.

Terakhir, penting bagi pedagang untuk terlibat dalam keputusan lokal yang memengaruhi komunitas. Dengan berpartisipasi dalam pengambilan keputusan seperti perencanaan tata ruang, regulasi perdagangan, atau pembangunan infrastruktur, pedagang dapat memperkuat rasa kepemilikan dan tanggung jawab terhadap lingkungan mereka. Dengan menerapkan langkah-langkah ini, pedagang dapat membangun hubungan yang positif dan berkelanjutan dengan masyarakat sekitar, yang pada gilirannya akan menguntungkan kedua belah pihak dalam jangka panjang.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif untuk memahami perspektif konsumen dan pedagang kecil. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi survei dengan kuesioner serta wawancara, sesuai dengan panduan yang diberikan oleh Creswell and Creswell (2017) terkait pendekatan campuran dalam penelitian. Responden ditemui secara langsung di tempat usaha mereka, memungkinkan peneliti untuk mendapatkan data yang akurat dan relevan.

Penelitian ini melibatkan dua kelompok partisipan utama. Kelompok pertama terdiri dari 44 orang konsumen yang berpartisipasi dalam survei. Kelompok kedua terdiri dari 34 orang pedagang kecil yang juga berpartisipasi dalam survei serta wawancara. Responden dipilih secara acak di lokasi usaha mereka untuk memastikan representasi yang memadai dari populasi yang diteliti (Bryman, 2016). Penggunaan 2 kelompok partisipan ini dimaksudkan agar data yang diperoleh dapat mencerminkan kondisi sebenarnya dari dua sudut pandang yang berbeda dan menyeluruh.

Convenience sampling digunakan dalam penelitian ini karena sifat populasi yang mudah diakses, yaitu pedagang kaki lima (PKL) dan konsumen yang sedang berada di lokasi usaha penjualan ikan segar di Kota Kupang. Pendekatan ini cocok untuk penelitian eksploratif yang bertujuan untuk memperoleh data secara cepat dan praktis, terutama di lingkungan yang dinamis seperti area perdagangan informal (Creswell & Creswell, 2017). Convenience sampling juga memungkinkan peneliti untuk menjangkau responden yang relevan dengan konteks penelitian, yakni PKL dan konsumen yang memiliki pengalaman langsung terhadap topik yang diteliti. Meskipun convenience sampling memiliki keterbatasan dalam generalisasi hasil, metode ini sering digunakan pada penelitian yang melibatkan populasi dengan mobilitas tinggi atau yang tidak memiliki daftar sampling yang jelas, seperti PKL (Etikan et al., 2016). Dalam kasus ini, convenience sampling tetap valid untuk memperoleh wawasan awal yang mendalam mengenai persepsi dan pengalaman responden.

Data dikumpulkan melalui dua metode utama. Pertama, survei dilakukan menggunakan kuesioner terstruktur yang dirancang untuk mengumpulkan informasi terkait persepsi konsumen dan pedagang kecil terhadap berbagai aspek yang diteliti. Kedua, wawancara mendalam dilakukan dengan pedagang kecil untuk menggali pandangan mereka secara lebih detail mengenai topik yang diteliti. Wawancara ini dirancang semi-terstruktur, memungkinkan fleksibilitas dalam mengeksplorasi isu-isu yang muncul selama diskusi (Kvale, 2012). Data dikumpulkan dengan metode convenience sampling dimana responden yang

paling mudah ditemuilah yang diambil sebagai sampel atau partisipan dalam penelitian ini (Arikunto, 1998).

Data yang diperoleh dari kuesioner dianalisis menggunakan statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik demografis responden serta distribusi jawaban mereka (Field, 2013). Skala Likert dengan rentang jawaban 1 (sangat rendah) - 4 (sangat tinggi) digunakan untuk mengukur jawaban responden. Kriteria untuk melakukan penilaian terhadap nilai rata-rata setiap konstruk yang digunakan adalah sebagai berikut:

Kriteria penilaian

1.00 - 1.75 = Sangat rendah

1.76 - 2.50 = rendah

2.51 - 3.25 = tinggi

3.26 - 4.00 = sangat tinggi

Untuk data yang diperoleh dari wawancara, analisis tematik digunakan untuk mengidentifikasi pola dan tema utama yang muncul dari respons pedagang kecil. Kombinasi dari analisis kuantitatif dan kualitatif ini memberikan gambaran yang komprehensif mengenai fenomena yang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Temuan dari penelitian ini dibagi dalam 2 kelompok besar yaitu hasil dari survei konsumen dan hasil dari survei pedagang kecil atau penjual ikan segar di Kota Kupang.

1. Survei Konsumen

Jumlah konsumen yang berpartisipasi dalam menjawab kuesioner adalah sejumlah 44 orang, terdiri dari 22 pria dan 22 wanita. Keterimbangan antara pria dan wanita menunjukkan bahwa responden tersebar secara merata di setiap gender. Rata-rata umur konsumen adalah 41 tahun dengan mayoritas tingkat pendidikan adalah tamatan SMA (41%) diikuti oleh tamatan perguruan tinggi (27,3%).

Tabel 1. Jenis Kelamin Responden (Konsumen)

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-Laki	22	50%
Perempuan	22	50%
Jumlah	44	100%

Tabel 2. Tingkat Pendidikan Responden (Konsumen)

Tingkat Pendidikan	Jumlah	Presentase
Pascasarjana	1	2,3
Sarjana	8	18,2
Diploma	3	6,8
SMA	18	40,9
SMP	6	13,6
SD	8	18,2
Jumlah	44	100

Tim Balitbangda mengukur kualitas pelayanan para PKL terhadap konsumen yang terdiri dari 5 aspek, yaitu kehandalan, empati, respon, jaminan dan penampilan fisik. Dari 44 responden, ditemukan bahwa konsumen memiliki kepuasan yang tinggi terhadap kehandalan, empati, dan responpenjual ikan. Mereka memberikan nilai "sangat tinggi" (nilai rata-rata > 3.25) untuk aspek-aspek tersebut. Penampilan fisik tempat berjualan dan jaminan dari penjual mendapatkan nilai rata-rata lebih rendah dari 3,20 walaupun tetap masuk dalam kategori "tinggi".

Tabel 3. Rekapitulasi Jawaban Responden (Konsumen)

No	Uraian	Rata-rata	Kategori
1	Kehandalan penjual	3.41	Sangat tinggi
2	Empati penjual	3.43	Sangat tinggi
3	Respon penjual	3.36	Sangat tinggi
4	Penampilan fisik tempat berjualan	2.97	Tinggi
5	Jaminan penjual	3.19	Tinggi
6	Pengaruh negatif lokasi berjualan terhadap pemandangan Kota Kupang	2.91	Tinggi
7	Keinginan agar lokasi berjualan dipindahkan	3.11	Tinggi
8	Keinginan membeli ikan secara online	3.00	Tinggi

Yang menarik, dari hasil analisa korelasi ditemukan beberapa hal yang dapat menjadi perhatian, yaitu:

1. Konsumen menganggap bahwa aspek kehandalan, empati, respon dan jaminan dari penjual dianggap tinggi. Namun aspek-aspek tersebut tidak berpengaruh terhadap keinginan konsumen agar tempat berjualan ikan dipindahkan. Selain itu, aspek-aspek juga tersebut tidak berpengaruh terhadap persepsi konsumen mengenai pemandangan Kota Kupang. Artinya, walaupun pelayanan penjual dianggap sangat baik, tapi bisa saja konsumen merasa bahwa tempat berjualan yang dimaksud tetap harus dipindahkan karena berpengaruh ke pemandangan Kota Kupang.
2. Aspek penampilan fisik tempat berjualan ternyata berpengaruh negative terhadap persepsi konsumen bahwa lokasi berjualan ikan mempengaruhi pemandangan Kota Kupang. Dengan kata lain, apabila konsumen berpendapat bahwa tempat berjualan ikan secara fisik tidak menarik maka mereka merasa bahwa tempat berjualan tersebut berpengaruh terhadap pemandangan Kota Kupang. Mayoritas konsumen (66%) menganggap bahwa tempat berjualan ikan berpengaruh terhadap pemandangan Kota Kupang.
3. Aspek penampilan fisik tempat berjualan ternyata juga berpengaruh negative terhadap keinginan konsumen agar lokasi berjualan ikan dipindahkan ketempat yang lain. Jika dianggap bahwa penampilan fisik tempat berjualan tidak menarik maka konsumen menganggap tempat berjualan tersebut sebaiknya dipindahkan ketempat yang lain. Terdapat 23% konsumen merasa bahwa tempat berjualan tidak bersih, dan 21% konsumen menganggap tempat berjualan ikan tidak teratur dan rapi. Mayoritas konsumen (80%) ingin agar tempat berjualan dipindahkan ketempat yang lebih baik.
4. Terdapat korelasi yang kuat antara persepsi pengaruh tempat berjualan ikan terhadap penampilan Kota Kupang dengan keinginan agar tempat berjualan ikan dipindahkan. Artinya jika konsumen merasa bahwa tempat berjualan ikan berpengaruh ke pemandangan Kota Kupang maka merasa menginginkan agar tempat tersebut perlu dipindahkan ketempat yang lebih baik.

Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen juga diperoleh hasil yang konsisten dengan temuan hasil survei. Konsumen menyatakan keinginan agar lokasi berjualan dipindahkan saja karena beberapa alasan, antara lain ketiadaan tempat parkir yang layak, menimbulkan masalah kemacetan bahkan kecelakaan lalu lintas, serta penggunaan trotoar untuk berjualan yang mengganggu lalu lintas dan pejalan kaki.

2. Survei Pedagang Kaki Lima (PKL)

Jumlah pedagang kaki lima (PKL) penjual ikan yang berpartisipasi dalam menjawab kuesioner adalah sejumlah 34 orang, masing-masing terdiri dari 16 pria dan 18 wanita. Rata-rata umur PKL adalah 43 tahun. Mayoritas tingkat pendidikan PKL adalah tamatan SMA (38%). Selain itu, terdapat pula 9% PKL yang merupakan tamatan perguruan tinggi, sedangkan sisanya adalah tamatan SD (32%) dan SMP (21%).

Tabel 4. Jenis Kelamin Responden (PKL)

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-Laki	16	47%
Perempuan	18	53%
Jumlah	34	100%

Tabel 5. Tingkat Pendidikan Responden (PKL)

Tingkat Pendidikan	Jumlah	Presentase
Sarjana	3	5,9%
Diploma	1	2,9%
SMA	17	38,2%
SMP	9	20,6%
SD	14	32,4%
Jumlah	34	100

Tabel 6. Rekapitulasi Jawaban Responden (PKL)

No	Uraian	Mean	Kategori
1	Berjualan ikan dapat menafkahi keluarga	3.15	Tinggi
2	Jumlah pesaing (sesama penjual ikan)	3.47	Sangat tinggi
3	Penggunaan modal sendiri	3.12	Tinggi
4	Kebutuhan akan modal usaha	2.91	Tinggi
5	Kebutuhan akan pelatihan	2.94	Tinggi
6	Fasilitas perlu mendapatkan perbaikan	3.24	Tinggi
7	Lokasi bersih dan rapi	2.78	Tinggi
8	Lokasi aman dari vandalisme dan pungli)	2.92	Tinggi
9	Kesadaran akan adanya perijinan dari pemerintah	3.07	Tinggi
10	Bersedia dipindahkan dengan catatan	2.56	Tinggi
11	Pentingnya hubungan baik dengan pelanggan	3.53	Sangat tinggi
12	Keinginan penggunaan internet dalam berjualan	2.85	Tinggi

Survei dari Tim Balitbangda dilakukan untuk mengukur beberapa aspek antara lain: prospek berjualan ikan, permodalan, pelatihan keterampilan, kelayakan fasilitas, keamanan berusaha, perijinan dari pemerintah, kesediaan dipindahkan dari lokasi sekarang dan aspek pemasaran. Beberapa hal dari hasil survey ini dapat disampaikan sebagai berikut.

Mayoritas PKL (lebih dari 90%) setuju bahwa hasil dari berjualan ikan dapat memenuhi kebutuhan mereka walaupun mereka juga mengakui bahwa sekarang ini jumlah penjual ikan yang ada sudah terlalu banyak. Tidak ada persaingan yang negatif di antara mereka sesama PKL karena sebagian besar (95%) dari mereka yakin bahwa semua penjual ikan sangat jujur dalam berusaha.

Para PKL juga kebanyakan menggunakan modal sendiri dalam berusaha (89%) sehingga mereka merasa bahwa kebutuhan yang tinggi untuk mendapatkan bantuan modal dari pihak lain (77%). Selain itu para PKL juga merasa bahwa mereka masih membutuhkan pelatihan yang dapat membantu mereka mengembangkan usahanya (74%).

Masalah infrastruktur dan fasilitas juga menjadi perhatian utama, dengan hampir semua PKL merasa fasilitas jualan mereka tidak memadai (97%), walaupun di lain pihak mereka berpendapat bahwa tempat berjualan mereka cukup rapi dan bersih. Selain itu, sebagian PKL juga merasa tidak aman dalam berusaha baik itu dari pengrusakan (35%) dan pungutan liar (18%). PKL memiliki kesadaran yang tinggi akan pentingnya izin usaha dari pemerintah dalam berusaha. Menariknya, sebagian besar PKL (62%) bersedia pindah dari lokasi sekarang ke tempat yang lebih baik.

Dari hasil wawancara dengan pedagang kaki lima (PKL) penjual ikan segar di beberapa lokasi, beberapa hal yang muncul sebagai catatan penting adalah sebagai berikut: Pertama, PKL bersedia untuk pindah ketempat baru jika tempat tersebut strategis, penataan harus adil sehingga tidak menguntungkan beberapa PKL saja, dekat dengan pesisir laut karena PKL sangat membutuhkan air laut, dan setelah dipindahkan jangan ada yang mengisi tempat jualan ini. Kedua, PKL setuju dengan adanya izin khusus dari pemerintah, karena izin tersebut dapat membantu dalam keperluan bisnis, seperti mendapatkan modal usaha dari bank dan bantuan lainnya. Mereka juga menyadari perlunya pendataan yang menyeluruh untuk memastikan semua PKL, termasuk yang menggunakan sepeda motor atau berjalan kaki, terdata. PKL berharap ada bantuan modal usaha dari pemerintah melalui survei dan pendataan yang baik agar bantuan tepat sasaran.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas konsumen mendukung relokasi lokasi pedagang kaki lima (PKL) penjual ikan segar, meskipun mereka puas dengan aspek pelayanan seperti kehandalan, empati, dan responsivitas PKL. Temuan ini sejalan dengan teori estetika perkotaan yang menyatakan bahwa persepsi masyarakat terhadap keindahan lingkungan perkotaan dapat memengaruhi sikap mereka terhadap aktivitas ekonomi informal (Setyowati, 2004; Widiastuti, 2017). Studi Wulandari and Parameswara (2020) juga mendukung bahwa keberadaan pedagang kecil, meskipun esensial secara ekonomi, sering kali dianggap mengurangi daya tarik visual kota. Selain itu, dukungan konsumen terhadap relokasi mencerminkan preferensi mereka terhadap keseimbangan antara fungsi ekonomi dan estetika perkotaan, yang selaras dengan pendekatan pembangunan kota berkelanjutan (Powatu, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa meskipun PKL memiliki peran penting dalam perekonomian lokal, seperti yang diungkapkan oleh Majid (2018), upaya untuk menata lokasi mereka tetap diperlukan untuk menjaga harmoni antara kepentingan sosial, ekonomi, dan lingkungan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyoroti pentingnya penataan ulang lokasi pedagang kaki lima (PKL) penjual ikan segar di Kota Kupang untuk mendukung estetika perkotaan dan keberlanjutan usaha. Meskipun pelayanan yang diberikan oleh PKL dinilai memuaskan oleh konsumen, persepsi negatif terhadap penampilan fisik tempat berjualan mengindikasikan bahwa lokasi saat ini perlu ditinjau ulang untuk menciptakan keseimbangan antara kepentingan ekonomi dan estetika perkotaan.

Temuan ini menekankan bahwa relokasi ke tempat yang lebih strategis dan layak dapat menjadi solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut.

Dari perspektif PKL, relokasi dapat diterima apabila syarat-syarat seperti lokasi yang strategis, fasilitas yang memadai, dan keadilan dalam penataannya dipenuhi. Hal ini menunjukkan bahwa kebijakan penataan harus disertai dengan dukungan infrastruktur, akses permodalan, dan pelatihan yang relevan untuk memastikan keberlanjutan usaha PKL. Selain itu, penting bagi pemerintah untuk memastikan lokasi lama tidak kembali dihuni oleh pedagang baru agar dampak relokasi terhadap estetika perkotaan dapat dipertahankan dalam jangka panjang.

Penelitian ini memberikan implikasi penting bagi kebijakan pemerintah, khususnya dalam merancang strategi penataan PKL yang tidak hanya berfokus pada peningkatan kualitas tata kota, tetapi juga mendukung keberlanjutan ekonomi pelaku usaha mikro. Melibatkan PKL dalam proses perencanaan dan pelaksanaan kebijakan akan menjadi kunci keberhasilan untuk menciptakan lingkungan usaha yang lebih harmonis dan berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian ini merupakan karya bersama yang dibiayai oleh Badan Penelitian dan Pengembangan Daerah Kota Kupang Tahun 2024.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, A. D., & Susilowati, D. (2017). Pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (umkm) berbasis industri kreatif di kota malang. *Jurnal Ilmu Ekonomi JIE*, 1(1), 120-142.
- Anggarini, D. R. (2021). Kontribusi Umkm Sektor Pariwisata Pada Pertumbuhan Ekonomi Provinsi Lampung 2020. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2), 345-355.
- Arikunto, S. (1998). *Pendekatan Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Astuty, I. (2021). Peningkatan Manajemen UMKM Melalui Pelatihan Akuntansi Pembukuan. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(2), 775-783.
- Asyafiq, S. (2019). Strategi pertumbuhan dan pembangunan ekonomi di era global berbasis pendidikan ekonomi kewarganegaraan. *Jurnal Pendidikan ilmu sosial*, 28(1), 18-30.
- Bryman, A. (2016). *Social research methods*. Oxford university press.
- Choirina, P., Tjiptady, B. C., Fadliana, A. F., Rohman, M., Wahyudi, F., & Darajat, P. P. (2022). Peningkatan marketing UMKM dengan pelatihan desain grafis untuk karang taruna Desa Plandi, Kecamatan Wonosari, Kabupaten Malang. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 2(1), 8-16.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications.
- De Rozari, A., & Wibowo, Y. H. (2015). Faktor-Faktor Yang Menyebabkan Kemacetan Lalu Lintas Di Jalan Utama Kota Surabaya (Studi Kasus Di Jalan Ahmad Yani Dan Raya Darmo Surabaya). *JPAP: Jurnal Penelitian Administrasi Publik*, 1(01).
- Etikan, I., Musa, S. A., & Alkassim, R. S. (2016). Comparison of convenience sampling and purposive sampling. *American journal of theoretical and applied statistics*, 5(1), 1-4.
- Fanggidae, F. O. (2019). Belanja Daerah, Pertumbuhan Ekonomi dan Kesempatan Kerja di Kota Kupang. *Jurnal Inovasi Kebijakan*, 4(1), 21-26.
- Field, A. (2013). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics*. Sage.

- Jalil, A., & Hamzah, S. A. (2020). Pengaruh Bagi Hasil Dan Kebutuhan Modal Terhadap Minat Umkm Mengajukan Pembiayaan Pada Lembaga Keuangan Syariah Di Kota Palu. *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, 2(2), 178-198.
- Khasanah, U. (2023). UMKM pasca covid, meningkatkan pemberdayaan ekonomi global. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 7(01).
- Kurniawan, F. D., & Fauziah, L. (2014). Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Penanggulangan Kemiskinan. *JKMP (Jurnal Kebijakan dan Manajemen Publik)*, 2(2), 165-176.
- Kvale, S. (2012). *Doing interviews*. Sage.
- Majid, A. (2018). Potret Kehidupan Sosial Ekonomi Pedagang Ikan Di Pangkalan Pendaratan Ikan Oeba Kota Kupang. *Jurnal Agromina*, 1(1), 23-30.
- Nalini, S. N. L. (2021). Dampak dampak covid-19 terhadap usaha mikro, kecil dan menengah. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 4(1), 662-669.
- Pasaribu, M. K., Larasati, A. N., Siahaan, D. F., & Manik, B. (2023). Upaya Peningkatan Penjualan pada UMKM Tahu Sumedang Putri Deli Medan melalui Kemasan Ramah Lingkungan dan Strategi Digital Marketing. *Bima Abdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 57-67.
- Powatu, V. R. A. (2024). Peran Sektor Informal dalam Ekonomi Nasional. *Circle Archive*, 1(5).
- Rofiq, A., Suryadi, N., Anggraeni, R., Makhmut, K. D. I., & Aryati, A. S. (2023). *Meningkatkan Daya Saing UKM: Perspektif Strategis*. Universitas Brawijaya Press.
- Setiawan, T. (2024). *Efektivitas Peraturan Daerah Kota Metro Nomor 5 Tahun 2016 Tentang Ruang Terbuka Hijau Menjadi Lapak Pedagang Kaki Lima Perspektif Masalah Mursalah IAIN Metro*.
- Setyowati, S. U. (2004). Penataan Pedagang Kaki Lima Dengan Memanfaatkan Ruang Luar Di Pusat Kota (Kasus: Pedagang Kaki Lima Di Taman Surya Surabaya). *Neutron*, 4(2), 113-131.
- Sitanggang, R., & Saribanon, E. (2018). Faktor-Faktor Penyebab Kemacetan di DKI Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Transportasi Dan Logistik*, 4(3), 289-296.
- Sjioen, A. E., & Weni, M. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pengecer (Pedagang Kecil Yang Menjual Bahan 1 Makanan) Pada Pasar Oesapa. *Amartha: Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 1(2), 1-11.
- Sufaidah, S., Aminah, N., Prasastii, M. A., & Oktavianti, D. (2022). Pengembangan Kualitas Produk UMKM Melalui Inovasi Kemasan dan Digital Marketing. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 152-156.
- Sugiri, D. (2020). Menyelamatkan usaha mikro, kecil dan menengah dari dampak pandemi Covid-19. *Fokus Bisnis: Media Pengkajian Manajemen dan Akuntansi*, 19(1), 76-86.
- Supriandi, S. (2022). *Pengaruh Modal Sosial, Kapabilitas Finansial, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Daya Saing Bisnis Berkelanjutan Serta Implikasinya Pada Kinerja Umkm Industri Kuliner Di Kota Sukabumi Nusa Putra*.
- Umbase, R. S., Mesra, R., & Kartini, N. W. (2024). Peran Komunitas Lokal dalam Mempromosikan Keberlanjutan Usaha Pedagang Kecil di Desa Mopolo. *JURNAL PARADIGMA: Journal of Sociology Research and Education*, 5(1), 347-354.
- Utama, H. H. (2022). Pengaruh Pendampingan Pemasaran Dan Kewirausahaan Umkm Penyandang Disabilitas Melalui Pemanfaatan E-Commerce Pasca Pandemi. *SPEED Journal: Journal of Special Education*, 6(1), 74-82.
- Widiastuti, M. A. (2017). Strategi Penataan Aktifitas Parkir dan Pedagang Kaki Lima pada Koridor Komersial Kota: Studi Kasus pada Koridor Jalan Gajah Mada, Sidoarjo. *EMARA: Indonesian Journal of Architecture*, 3(1), 43-52.

Wulandari, I., & Parameswara, A. (2020). Problematika umkm berbasis budaya lokal di Bali (studi kasus pemasaran produk umkm berbasis budaya lokal di pesta kesenian Bali). *Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 101.