

BAB II

TINJAUAN PUATAKA

1.1.Sektor Informal

Sektor informal adalah sektor ekonomi yang terdiri dari unit usaha bersekala kecil yang memproduksi serta mendistribusikan barang dan jasa dengan tujuan pokok menciptakan kesempatan kerja dan pendapatan bagi dirinya masing - masing dan usaha itu sangat dibatasi oleh faktor kapital baik fisik maupun keterampilan (Soeratno, 2000).

Pedagang angkringan termasuk golongan pedagang kaki lima (Soeratno, 2000). Sektor informal adalah sektor ekonomi yang terdiri dari unit usaha berskala kecil yang memproduksi serta mendistribusikan barang dan jasa dengan tujuan pokok menciptakan kesempatan kerja dan pendapatan bagi dirinya masing-masing, dan dalam usahanya itu sangat dibatasi oleh faktor kapital, baik fisik maupun ketrampilan (Soeratno, 2000).

Ada beberapa karakteristik sektor informal diantaranya sangat mudah dimasuki, sangat tergantung pada sumber daya asli, modal diperoleh secara lokal dan sedikit, kepemilikan bersifat pribadi, oprasi bersekala kecil, sangat kurang perencanaan, padat karya dan teknologi yang diadaptasikan, produktivitas sangat rendah, biaya produksi pasokan, produksi harga dan kesesuaian anggaran pendapatan (Winanto dan Wafirotin, 2016).

1.2. Pedagang Kaki Lima

Pedagang kaki lima adalah pedagang informal yang menjajahkan dagangannya di trotoar hal ini terjadi seperti di jalan baru Kabupaten Ponorogo rata-rata mereka yang membuka lapak di trotoar jalan baru merupakan pedagang informal, setiap hari mereka membuka lapak tersebut untuk mencari kebutuhan hidupnya mereka kebanyakan dari kalangan menengah kebawah seiring perkembangannya pedagang di jalan baru kabupaten ponorogo semakin meningkat (Santoso, 2012).

Pedagang angkringan di Kota Ponorogo sekitar tahun 1990-an hanya 5 pedagang, dari tahun ketahun jumlah tersebut semakin meningkat, dari jumlah yang setiap tahunnya mengalami peningkatan mayoritas mereka bukan dari dalam kota melainkan dari luar kota ponorogo (Slamet, 2014). Terdapat ciri-ciri dari pedagang kaki lima (Kartini kartono, 1980) :

1. Merupakan pedagang dan kadang - kadang juga memproduksi barang kemudian dijual kembali.
2. Pedagang kaki lima menggelar dagangannya dipingir jalan atau dimuka toko.
3. Umumnya menjajahkan makanan dan barang konsumsi lainya serta modalnya kecil.
4. Barang yang diperdagangkan relatif rendah atau tidak ada setandart barang.

5. Secara umum usaha pedagang kaki lima dalam usahanya seluruh keluarga ikut membantu.
6. Pedagang kaki lima terdapat jiwa enterprenurship.
7. Waktu berdagang pedagang tidak menunjuk kan pola tetap.

1.3. Survivalitas (Ketahanan Hidup)

Strategi bertahan hidup adalah sebagai rangkaian tindakan yang dipilih secara standar oleh individu dan rumah tangga yang menegah ke bawah secara sosial ekonomi (Resmi, 2005). pendapat lain juga dukemukakan oleh Mosser membuat kerangka analisis yang disebut The Aset Vulnerability Framework, Kerangka ini meliputi berbagai pengelolaan aset yang dapat digunakan untuk melakukan penyesuaian atau pengembangan strategi dalam mempertahankan kelangsungan hidup, yaitu Aset tenaga kerja, Aset modal manusia, Aset produktif, Aset relasi rumah tangga atau keluarga, Aset modal sosial (Suharno, Edi, 2003).

Dalam mengatasi guncangan perekonomian ketika seseorang menghadapi sebuah gejolak perekonomian maka mereka perlu melakukan strategi, strategi bertahan hidup (*coping strategies*) dalam mengatasi guncangan dan tekanan ekonomi dapat dilakukan dengan 3 cara yaitu Strategi aktif, yaitu strategi yang mengoptimalkan segala potensi keluarga. Misalnya melakukan aktivitasnya sendiri, memperpanjang jam kerja, memanfaatkan sumber atau tanaman liar di lingkungan sekitarnya dan sebagainya, Strategi pasif, yaitu mengurangi pengeluaran keluarga.

Misalnya, biaya untuk sandang, pangan, pendidikan, dan sebagainya, Strategi jaringan yaitu membuat hubungan dengan orang lain. Misalnya menjalin relasi, baik formal maupun informal dengan lingkungan sosial dan lingkungan kelembagaan (Suharno, Edi, 2003).

1.4. Persaingan Usaha

Setiap usaha pasti ada persaingan yang melibatkan orang lain, Persaingan adalah inti dari keberhasilan, agar dapat memenangkan setiap persaingan, setiap perusahaan harus memiliki strategi bersaing (Porter 1993).

Kata bersaing ini berasal dari bahasa Inggris yang artinya competition atau persaingan itu sendiri atau bisa disebut juga bersaing, pertandingan, kompetisi. Pengertian lain dalam kamus manajemen ialah suatu usaha dari kedua belah pihak perusahaan untuk memperoleh harga atau syarat yang menguntungkan, persaingan dapat terdiri dari beberapa bentuk pemotongn harga, promosi, bentuk variasi produk, kualitas, kemasan, desain, dan segmentasi pasar. Dari pengertian diatas makan dalam menjalan kan usaha harus menggunakan strategi untuk menentukan keberhasilan usaha mereka dengan cara yang baik, dalam bersaing para pedagang bisa menggunakan cara memotong harga, memebrikan pelayanan yang maksimal.

Setiap perusahaan ataupun usaha yang bergerak dibidang jasa maupun nonjasa, mempunyai strategi guna untuk menempatkan usahanya dititik yang paling atas atau terbaik, ketika suatau usaha sudah mencapai keunggulan usah makan akan memperlancar suatu usahnya, keunggulan usaha adalah suatu posisi dimana sebuah perusahaan menguasai sebuah ajang persaingan bisnis (Porter, 1998).

Terdapat beberapa persingan diantaranya ada persaingan sehat dan tidak sehat, ciri – ciri persaingan sehat diantaranya tidak bersaing pada harga, bersaing dalam kwaitas produk/jasa, dan bersaing dalam memberikan pelayanan pada konsumen, Persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan aktifitas baik produksi maupun pemasaran atau penjualan barang dan jasa yang dilakukan dengan cara mengabaikan nilai-nilai kejujuran, melawan hukum dan penetapan harga dengan cara yang tidak lazim, ini merupakan bagian gejala persaingn yang tidak sehat.

Ada beberapa fungsi Persaingan dalam batas-batas tertentu yaitu sebagai berikut:

- a. Persaingan usaha akan mencegah untuk berlama lama di zona aman dan menghindari sifat malas, ketika usaha tidak ada pesaingnya makan akan tetap berada di zona aman tapi ketika ada pesaing makan akan ada perubahan untuk lebih maju agar bisa bersaing dengan pesaing lainnya dan akan lebih giat memperbarui produk dan layanan bertujuan untuk mempertahankan pelangganya.

- b. Persaingan berkonotasi positif dengan motivasi untuk untuk selalu kreatif dan inovatif, ketika usaha yang digeluti ada pesaingnya maka akan melakukan pengembangan dan atau pemyempurnaan produk demi untuk bersaing dengan yang lain.
- c. Keluar dari zona aman, dengan adanya persaingan maka memungkinkan untuk lebih berkembang lagi,
- d. Penetapan harga yang wajar, harga yang wajar akan membuat pelanggan merasa senang mendatangi waraung atau yang lainnya.
- e. Kerjasama, dengan kerja sama maka untuk mendapatkan pelanggan tidak perlu menjatuhkan lawan .
- f. Kualitas layanan, persaingan juga dapat menguntungkan pelanggan untuk mendapatkan layanan yang lebih baik

1.5. Keberlangsungan Usaha

Keberlangsungan usaha adalah sebagai suatu bentuk kata kerja yang menerangkan suatu keadaan atau kondisi yang sedang berlangsung terus menerus dan berlanjut, merupakan suatu proses yang terjadi dan nantinya bermuara pada suatu eksistensi atau ketahanan suatu keadaan (Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer, Salim dkk 1991).

Dalam hal ini maka para pedagang harus mempunyai cara untuk terus mempertahankan usahanya atau juga menentukan keberlangsungan usaha mereka guna untuk kelangsungan usaha mereka yang digelutinya dari dulu hingga saat ini.

Pengertian lain dari keberlangsungan usaha adalah Suatu keadaan atau kondisi usaha dimana didalamnya terdapat cara-cara untuk memenuhi kebutuhan yang ada didalam suatu usaha , mengembangkan dan melidungi sumber daya. Cara-cara yang dipergunakan ini bersumber dari pengalaman sendiri dan orang lain, serta berlandaskan pada kondisi atau keadaan ekonomi yang sedang terjadi didalam usaha.

Berdasarkan definisi keberlangsungan merupakan suatu bentuk dari usaha itu sendiri dimana keberlangsungan ini merupakan proses keberlangsungan suatu usaha yang mencakup, perkembangan pertumbuhan, dan strategi untuk menjaga strategi keberlangsungan usaha, dimana semua ini bermuara pada keberlangsungan dan esistensi (ketahanan) suatu usaha.

Ada beberapa keberlangsungan usaha diantaranya Keberlangsungan permodalan, SDM, produksi, pemasaran. Keberlangsungan permodalan yaitu segala sesuatu atau seluk beluk tentang modal (Fajri dkk, 2003). Sedangkan modal sendiri merupakan uang yang dipakai sebagai induk untuk berdagang, harta yang dimanfaatkan untuk menghasilkan sesuatu yang baru, barang yang dipergunakan bekal untuk bekerja (Fajri dkk, 2003), jadi keberlangsungan permodalan disini maksudnya adalah segala sesuatu (uang, barang, harta) yang sifatnya pokok yang dipergunakan untuk menjalankan suatu usaha, keberlangsungan sumber daya manusia yaitu sumber daya yang berasal dari manusia yang dimilikinya, dimana sumber daya ini merujuk pada individu-individu yang ada dalam sebuah

organisasi (Ruky, 2003), Keberlangsungan produksi merupakan suatu proses penciptaan atau pengeluaran hasil, proses pembuatan, hasil (Fajri dkk, 2003). Kaitannya dengan ini keberlangsungan produksi dalam penelitian ini mencakup faktor-faktor atau aspek-aspek kualitas, bahan baku dan Teknologi, Keberlangsungan pemasaran adalah proses perencanaan dan penerapan konsep, penetapan harga barang, jasa dan ide untuk mewujudkan pertukaran yang memenuhi tujuan individu atau organisasi. Pengembangan produk desain produk, penganekaragaman hasil, riset komunikasi distribusi, penetapan harga dan pelayanan merupakan inti aktivitas pemasaran (Suryana, 2003).

1.6. Penelitian Terdahulu

Terdapat penelitian terdahulu diantaranya:

1. Nama peneliti Wafirotin Dan Marsiwi (2015), Judul penelitian Persepsi keuntungan menurut pedagang kaki lima di jalan baru Ponorogo, kesimpulan tersebut adalah pengertian keuntungan menurut para pedagang kaki lima di jalan baru di Ponorogo terdapat beberapa kesimpulan diantaranya keuntungan materi, keuntungan sepiritual, keuntungan kepuasan batin dan keuntungan akhirat karena sudah mencukupi kebutuhan keluarga.
2. Nama peneliti Santoso dan Harsono (2014), judul penelitian Pola solidaritas kelompok pedagang angkringan di kota Ponorogo, kesimpulan Jalinan solidaritas kelompok pedagang angkringan berbentuk solidaritas antar ketua kelompok dengan anggotanya,

Solidaritas antar sesama anggota dalam suatu kelompok dan solidaritas kelompok satu dengan kelompok yang lain.

3. Nama peneliti Santoso (2015), judul penelitian Survavilitas pedagang warung kopi lesehan jalan baru dikota Ponorogo, Hasil kesimpulnanya ialah warung kopi lesehan dijalan baru ponorogo termasuk golongan sektor informal warung lesehan tersebut mereka tekuni selama bertahun tahun bahkan ada yang sampai 10 tahun hal ini dilakukan untuk memenuhi kebutuhan ekonomi mereka.
4. Nama peneliti Winanto dan Wafirotin (2016), judul penelitian Pemberdayaan Sektor Iinformal di Kabupaten Ponorogo, Kesimpulanya ialah terdapa pemberdayaan sektor informal di Kabupaten Ponorogo dan pembentukan klompok didasari atas jenis usaha kemudian lokasi usahanya.
5. Nama peneliti santoso (2006), judul penelitian Kemampuan Bertahan Warung HIK di Kota Ponorogo, kesimpulan semua pedagang warung HIK di ponorogo mampu bertahan dengan baik serta mampu menghadapi persaingan antar sesama warung HIK kemampuan bersaing tersebut juga didorong oleh faktor ketrampilan dan juga saling memberikan informasi dan bantuan, sedangkan dari sisi konsumen mereka tida semata mata untuk makan atau minum tetapi untuk mencari tempat nongkrong yang nyama bersama teman temanya.

6. Nama peneliti Winanto dan Wafirotin (2016), judul penelitian Profil Sektor Informal di Kabupaten Ponorogo, kesimpulan sektor informal merupakan fenomena yang ada di kabupaten ponorogo dan profil sektor informal dapat dilihat dari beberapa aspek yaitu: umur responden, jenis usaha, status perkawinan, tingkat pendidikan, asal daerah, keuntungan rata – rata per hari, dan modal awal.
7. Nama peneliti Santoso (2018), judul penelitian Keunggulan Kompetitif Kelompok Pedagang Sektor Informal pendatang, kesimpulan meskipun kelompok pedagang warung angkringan dari luar ponorogo tetapi mereka mampu untuk bersaing, kemampuan bertahan warung angkringan di sebabkan adanya keunggulan kompetitif, keunggulan kompetitif dilandasi oleh nilai saling percaya dan saling membantu, dan nilai kepercayaan dan tolong menolong tidak terbatas pada finansial dan modal usaha.
8. Nama peneliti Santoso dan Harsono (2013), judul penelitian Pola Mobilitas Pedagang Angkringan Di Kota Ponorogo (Mobility Pattern Of The Angkringan Vendors In Ponorogo City), kesimpulan mobilitas atau gerak sosial yang terjadi pada pedagang angkringan di ponorogo berbentuk mobilitas horizontal dan vertikal, mobilitas horizontal ditunjukkan dari perpindahan pedagang angkringan dari wilayah jawa tengah ke jawa timur ponorogo, mobilitas vertikal di tunjukkan adanya peningkatan kondisi ekonomi yang semakin baik

dibandingkan sebelum membuka usaha angkringan di jalan baru Kabupaten Ponorogo.

9. Nama peneliti Mahendra (2015), judul penelitian Keterkaitan Modal Sosial Dengan Strategi Kelangsungan Usaha Pedagang Sektor Informal Di Kawasan Waduk Mulur : Studi Kasus Pada Pedagang Sektor Informal Di Kawasan Waduk Mulur Kelurahan Mulur Kecamatan Bendosari Kabupaten Sukoharjo, kesimpulan Norma sosial yang terdapat dalam kehidupan sosial bermasyarakat pedagang sektor informal di Kawasan Waduk Mulur antara lain adalah formalitas menghormati, menghargai, tidak menyinggung orang lain, dan saling menguntungkan atau bermanfaat bagi orang lain. Untuk modal sosial *linking* tidak memiliki peran sama sekali karena di Desa Mulur tidak ada asosiasi/organisasi yang berperan menaungi pedagang sektor informal. Untuk memenuhi kebutuhan permodalan pedagang mempunyai modal berasal dari modal sendiri dan modal pinjaman.
10. Nama peneliti Dewi (2013), judul penelitian Pengaruh Faktor Modal Psikologis, Karakteristik Entrepreneur, Inovasi, Manajemen Sumber Daya Manusia, Dan Karakteristik Ukm Terhadap Perkembangan Usaha Pedagang Di Pasar Tradisional (Studi Kasus Pada Pedagang Sembako Dan Snack Di Pasar Peterongan), kesimpulan bahwa variabel modal psikologis, karakteristik entrepreneur, inovasi, manajemen sumber daya manusia dan karakteristik UKM mempunyai pengaruh terhadap perkembangan usaha di pasar tradisional Peterongan baik secara parsial maupun

secara simultan. Adapun variabel yang mempunyai pengaruh paling besar terhadap perkembangan usaha pedagang pasar tradisional Peterongan adalah Modal Psikologis. Hal ini terlihat dari sikap optimis responden yang mempunyai pandangan ke depan serta mau bekerja keras dan berani mengambil risiko demi mengembangkan usaha yang telah dijalani.

11. Nama peneliti Putri dan Mudakir (2013), judul penelitian Dampak Penataan Kawasan Simpanglima Kota Semarang Terhadap Pendapatan Pedagang Makanan, kesimpulan pedagang kaki lima di simpang lima mengakibatkan permasalahan yang diantaranya adalah mengganggu ketertiban, kenyamanan, dan keindahan Kota karena pedagang kaki lima menempati trotoar jalan dan dari hasil uji T terdapat Penurunan jumlah konsumen mengakibatkan pedagang menurunkan jumlah produksi dan tenaga kerja. Jumlah konsumen yang menurun drastis mengakibatkan omset penjualan dan keuntungan ikut menurun.

12. Nama peneliti Malaka (2014), judul penelitian Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha, kesimpulan Kepedulian utama dari UU persaingan usaha adalah mempromosikan persaingan dan memperkuat kedaulatan konsumen, walaupun pemerintah tidak memiliki kewenangan untuk menetapkan harga suatu komoditas, akan tetapi dalam situasi dan kondisi tertentu islam membolehkan bahkan mewajibkan pemerintah untuk melakukan intervensi harga bila

kenaikan harga disebabkan adanya distorsi terhadap penawaran dan permintaan murni.

