

## **BAB 2**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1 Pengertian Sektor Informal**

Menurut Hart (1971) dalam kegiatan ekonomi terbagi menjadi 2 yaitu sektor formal dan informal. Pengertian sektor formal merupakan sektor usaha yang memiliki proteksi ekonomi dari pemerintah sedangkan sektor informal adalah sektor usaha yang tidak memiliki proteksi ekonomi dari pemerintah. Sektor informal dapat mengurangi pengangguran di kota negara yang sedang berkembang bahkan bisa menjadi salah satu alternatif pemecahan masalah keterbatasan lapangan pekerjaan di sektor formal. Bremen dalam Rusli Ramli menyatakan bahwa sektor informal merupakan suatu pekerjaan yang padat karya, kurang memperoleh dukungan dan kurang perhatian dari pemerintah.

Menurut Gerry (1987), sektor informal memiliki 7 ciri-ciri yaitu mudah dimasuki, kepemilikan oleh keluarga, padat karya, skala usaha ekonomi kecil, menggunakan teknologi yang disesuaikan dengan kondisi lokal, tidak diatur pemerintah dan berpenghasilan rendah. Sethuruman (1976) mengemukakan bahwa pekerja yang terlibat dalam sektor informal yaitu berpendidikan rendah, kalangan masyarakat rendah, para pendatang dari luar daerah dan tidak mempunyai keterampilan.

Menurut Sumardi dan Evers (1979) terdapat 5 penggolongan jenis pekerjaan sektor informal yaitu:

1. Perdagangan: pedagang kaki lima, pedagang asongan, makanan, minuman, barang bekas dan keperluan rumah tangga;
2. Bangunan: tukang teraso, kayu, besi dan batu;
3. Jasa-jasa: tukang jahit, semir sepatu, reparasi arloji dan radio;
4. Angkutan: becak, delman, gerobak;
5. Industri pengolahan: membuat makanan dan minuman, industri kayu dan bahan bangunan.

## 2.2 Pengertian Pedagang Kaki Lima

Peraturan Daerah Kota Bandung No.4 Tahun 2011 tentang Penataan dan Pembinaan Pedagang Kaki Lima menyebutkan bahwa, pedagang kaki lima adalah pedagang yang melakukan usaha perdagangan di sektor informal yang menggunakan fasilitas umum baik di lahan terbuka dan tertutup dengan menggunakan peralatan bergerak maupun tidak bergerak. Menurut Jurnal Riptek dalam Brotosunaryo (2012), mengatakan bahwa PKL merupakan sektor informal yang banyak ditemui di perkotaan. PKL pada umumnya banyak menempati lokasi yang tidak permanen dan biasanya keberadaan PKL tersebar pada lokasi tertentu seperti trotoar, pinggir jalan dan ruang-ruang pada kota. Pengertian PKL semakin luas, tidak hanya pedagang yang menempati trotoar atau sepanjang bahu jalan, melainkan para pedagang hampir semua menempati area ruang publik yang ada seperti jalur-jalur pejalan kaki, areal parkir, ruang-ruang terbuka, taman-taman, terminal, perempatan jalan dan PKL melakukan aktivitasnya dengan bergerak keliling dari rumah ke rumah melalui jalan-jalan kecil di perkotaan (Susilo, 2011).

Menurut Buchari dalam Sastrawan I.W (2015), PKL merupakan sekelompok orang yang melakukan kegiatan usaha untuk memperoleh penghasilan, dilakukan secara tidak tetap, kemampuan terbatas, berlokasi di tempat ramai dan tidak memiliki ijin usaha. Menurut Mc. Gee dan Yeung (1977) dalam Budi A.S (2006), memiliki pengertian yang sama dengan *hawkers*, yang didefinisikan sebagai sekelompok orang atau individu yang menawarkan barang dan jasa untuk dijual pada ruang kota, terutama di pinggir jalan dan trotoar.

## 2.3 Karakteristik Pedagang Kaki Lima

PKL merupakan bagian sektor informal yang sering dijumpai pada perkotaan. PKL memiliki karakteristik yang tidak jauh berbeda dengan ciri-ciri sektor informal. Penelitian yang dilakukan oleh Julius Haff dalam Kismariyah (2009) ditemukan 10 karakteristik PKL, yaitu:

1. Biasanya tergolong angkatan kerja produktif;
2. Umumnya sebagai pekerjaan utama;
3. Pendidikan relatif rendah;

4. Sebagian besar merupakan kaum pendatang dari daerah lain;
5. Mulai berdagang sejak 5 sampai 10 tahun yang lalu;
6. Pekerjaan sebelumnya petani atau buruh;
7. Permodalan lemah dan omset relatif kecil;
8. Memiliki modal sendiri;
9. Tingkat pendapatan relatif rendah; dan
10. Biasanya terkena pajak dengan adanya retribusi maupun pungutan tidak resmi.

Menurut An Nal (1993) dalam Kurniadi dan Tangkilisan (2005), menyatakan bahwa terdapat 12 karakteristik PKL, yaitu:

1. Para PKL biasanya tergolong angkatan kerja produktif;
2. Tingkat pendidikan PKL relatif rendah;
3. Sebagian besar PKL datang dari daerah dan belum memiliki status kependudukan yang sah di kota;
4. PKL dijadikan sebagai mata pencaharian utama;
5. Sebelum menjadi PKL pada umumnya menjadi petani dan buruh;
6. Permodalan sangat lemah dan memiliki omset yang relatif rendah;
7. Kemampuan kewiraswasta PKL pada umumnya lemah dan kurang mampu memupuk modal;
8. PKL berdagang sejak 5-10 tahun yang lalu;
9. Memiliki modal sendiri dan belum ada hubungannya dengan bank;
10. Pada hakekatnya PKL telah terkena pajak dengan adanya retribusi dan pungutan-pungutan tidak resmi;
11. Tingkat pendapatan relatif rendah untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarga di perkotaan; dan
12. Pada umumnya PKL berdagang bahan pangan, sandang dan kebutuhan sekunder.

### **2.3.1 Jenis Dagangan**

Menurut Mc. Gee dan Yeung (1977: 82-83), jenis dagangan PKL sangat dipengaruhi oleh aktivitas yang ada di sekitar kawasan pedagang dalam melakukan aktivitasnya. Misalnya di suatu kawasan perdagangan, maka jenis dagangan yang ditawarkan akan beraneka ragam, seperti pakaian, makanan/minuman, barang kelontong dan lain-lain.

Mc. Gee dan Yeung membagi menjadi 4 pengelompokan jenis dagangan yang ditawarkan oleh PKL, yaitu:

1. Makanan yang tidak dan belum diproses, termasuk didalamnya makanan mentah seperti daging, buah-buahan dan sayuran;
2. Makanan siap saji seperti nasi, lauk pauk dan minuman yang sudah dimasak;
3. Barang bukan makanan, mulai dari tekstil hingga obat-obatan; dan
4. Jasa, yang terdiri dari beragam aktivitas seperti pangkas rambut, jahit pakaian dan lainnya.

### 2.3.2 Sarana Perdagangan PKL

Sarana berdagang yang digunakan oleh PKL dalam beraktivitas sangatlah bervariasi. Mc Gee dan Yeung (1977: 82-83) menyatakan bahwa di kota-kota Asia Tenggara pada umumnya bentuk sarana sangat sederhana biasanya mudah untuk berpindah dari suatu tempat ke tempat lain dan dipengaruhi oleh jenis dagangan.

Menurut Wawaroentoe (1973) dalam Widjajanti (2009), bentuk sarana perdagangan yang digunakan oleh PKL terdapat 5 kelompok, yaitu:

1. Gerobak/kereta dorong, sarana ini memiliki 2 macam, yaitu gerobak tanpa atap dan gerobak yang beratap untuk melindungi barang dagangan dari panas matahari. Biasanya digunakan oleh jenis dagangan makanan, minuman dan rokok.
2. Warung semi permanen, terdiri dari beberapa gerobak yang di atur berderet yang dilengkapi dengan meja dan kursi. Terdapat atap peneduh yang terbuat dari kain plastik, terpal dan lainnya untuk melindungi panas dan tidak tembus air. Biasanya digunakan oleh jenis dagangan makanan dan minuman.
3. Pikulan/keranjang, sarana ini digunakan oleh PKL yang berkeliling (*mobile hawkers*) atau semi permanen (*semi static*) dengan tujuan agar barang dagangan mudah dibawa kemana mana. Biasanya jenis dagangan ini digunakan oleh penjual rokok, makanan dan minuman.
4. Gelaran/alas, PKL menggunakan alas berupa tikar, kain dan lainnya untuk menyimpan dagangannya. Sarana ini dikategorikan semi permanen (*semi static*). Biasanya jenis dagangan ini menjual barang kelontongan dan makanan.

5. Kios, sarana PKL ini menggunakan papan-papan yang diatur menyerupai sebuah bilik semi permanen yang biasanya digunakan sebagai tempat tinggalnya. PKL ini dikategorikan sebagai pedagang menetap (*static*).

### 2.3.3 Lokasi Berdagang PKL

Lokasi merupakan salah satu minat berdagang bagi PKL untuk mendapatkan keuntungan yang banyak tergantung lokasi yang memiliki tingkat keramaian tinggi. Menurut Mc. Gee dan Yeung (1977: 61) menyatakan bahwa PKL cenderung berlokasi secara mengelompok pada area yang memiliki tingkat intensitas aktivitas yang tinggi seperti lokasi-lokasi yang memiliki aktivitas hiburan, pasar, mall, ruang terbuka, sekolah, perkantoran dan lainnya.

Berdasarkan hasil studi yang dilakukan Joedo (1997) dalam Widjajanti (2009), menyatakan bahwa penentuan lokasi yang diminati oleh sektor PKL terdapat 4 bagian, yaitu:

1. Terdapat sirkulasi orang yang melakukan kegiatan bersama-sama pada waktu yang relatif, sepanjang hari;
2. Berada pada kawasan tertentu yang merupakan pusat-pusat kegiatan perekonomian kota dan pusat non ekonomi, tetapi sering dijumpai dalam jumlah besar;
3. Mempunyai kemudahan untuk terjadi hubungan antara PKL dengan konsumen, walaupun dilakukan dalam ruang relatif sempit; dan
4. Tidak memerlukan ketersediaan fasilitas dan utilitas pelayanan umum.

### 2.3.4 Waktu Berdagang PKL

Menurut Mc. Gee dan Yeung (1977: 76) menyatakan bahwa pada umumnya di kota-kota Asia Tenggara memiliki pola aktivitas PKL yang menyesuaikan irama dari ciri kehidupan masyarakat sehari-hari. Priode waktu aktivitas PKL akan dipengaruhi oleh perilaku kegiatan formal, apabila kegiatan formal sudah tidak ada kegiatan lagi maka informal pun biasanya sudah mengakhiri kegiatan aktivitasnya.

Menurut An-naf (1983), mengatakan bahwa priode waktu dibagi menjadi dua yaitu pagi/siang dan sore/malam. Waktu pelayanan PKL berbeda-beda tergantung sejauh mana keramaian lokasi tersebut berada. Pada saat ramai maka biasanya PKL tetap

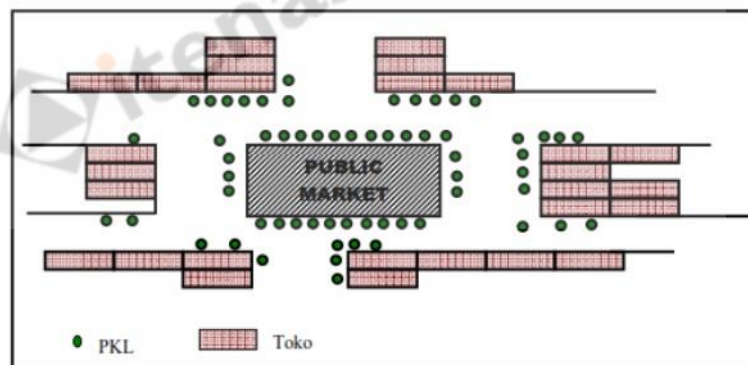
menetap berdagang selama dagangannya masih tersedia, maka dari itu waktu kegiatan aktivitas PKL tidak dibatasi priode waktu tertentu melaikan tergantung keramaian pada lokasi tersebut.

### 2.3.5 Pola Penyebaran PKL

Menurut Mc Gee dan Yeung (1977: 36-37) pola penyebaran dibagi menjadi 2 kelompok, yaitu:

#### 1. Pola Penyebaran Mengelompok (*Focus Agglomeration*)

Pedagang informal pada tipe ini biasanya selalu memanfaatkan aktivitas-aktivitas di sektor formal dan biasanya pusat perbelanjaan menjadi salah satu daya tarik lokasi sektor informal untuk menarik konsumennya. Lokasi yang diminati oleh sektor informal pada umumnya berada ujung jalan, ruang terbuka, area pasar, ruang parkir, taman dan lainnya. Pola penyebaran ini biasanya dipengaruhi oleh adanya aglomerasi seperti pemusatan kelompok pedagang sejenis yang memiliki komoditas sama atau saling menunjang. Biasanya dapat dijumpai pada pedagang makanan dan minuman.



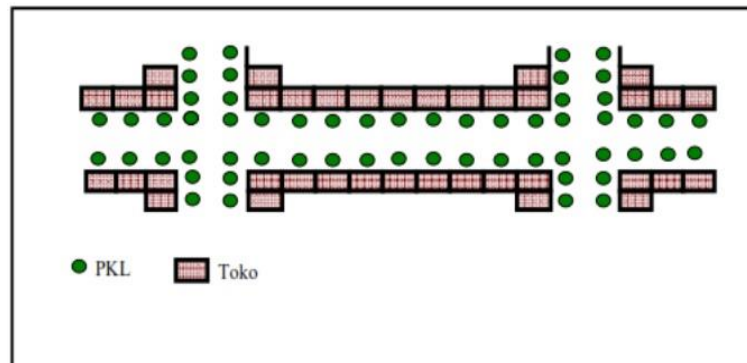
Sumber: McGee dan Yeung, 1977

**Gambar 2.1**  
**Karakteristik PKL Berdasarkan Pola Penyebaran**  
**Kelompok**

#### 2. Pola Penyebaran Memanjang (*Linear Concentration*)

Pola ini terjadi di sepanjang pinggir jalan utama atau pada jalan yang menghubungkan jalan utama. Maka pola perdagangan ini ditentukan oleh jaringan jalan tertentu sesuai kondisi. Pola kegiatan linier banyak dipengaruhi oleh pertimbangan aksesibilitas yang tinggi pada lokasi yang bersangkutan. Hal

ini sangat menguntungkan bagi sektor informal karena dengan menempati lokasi yang beraksesibilitas tinggi akan memiliki kesempatan tinggi dalam meraih konsumen. Jenis yang biasanya diperdagangkan bervariasi seperti pakaian, kelontong, jasa reparasi, buah-buahan, rokok dan lainnya.



Sumber: McGee dan Yeung, 1977

**Gambar 2.2**  
**Karakteristik PKL Berdasarkan Pola Penyebaran**  
**Linear**

### 2.3.6 Pola Pelayanan PKL

Menurut Mc. Gee dan Yeung (1977: 76), menyatakan bahwa pola pelayanan merupakan cara berlokasi aktivitas PKL dalam memanfaatkan ruang kegiatan sebagai tempat usaha. Terdapat 3 pengelompokan pelayanan PKL, yaitu:

#### 1. Pedagang menetap (*static*)

Pelayanan ini merupakan suatu bentuk layanan yang memiliki sifat menetap pada suatu lokasi tertentu. Pelayanan ini setiap konsumen harus datang sendiri ke tempat pedagang berada dengan sarana berupa kios, gerobak dan lainnya.

#### 2. Pedagang semi menetap (*semi static*)

Pelayanan ini merupakan suatu bentuk layanan pedagang yang memiliki sifat menetap sementara pada saat tertentu saja. Pola ini biasanya PKL memilih menetap pada suatu lokasi dengan periode waktu tertentu kemudian ketika selesai maka akan dilanjutkan dengan bergerak berkeliling mencari konsumen. Sarana yang digunakan yaitu kios beroda, gerobak beratap/jongko.

#### 3. Pedagang keliling (*mobile*)

Pola ini merupakan bentuk layanan yang memiliki sifat selalu mencari konsumen. Pola ini PKL bergerak dari satu tempat ke tempat lain untuk berdagang. Sarana yang digunakan yaitu kereta dorong dan pikulan/keranjang

## 2.4 Faktor Lokasi

Faktor lokasi adalah faktor yang dapat mempengaruhi PKL dalam menentukan lokasi usaha. Faktor lokasi ini dijadikan sebagai parameter untuk mengetahui persepsi PKL terhadap pemilihan lokasi berdagang. Faktor-faktor lokasi ini didapatkan dari teori-teori menurut ahli dan penelitian sebelumnya. Berikut merupakan teori-teori faktor lokasi dalam menentukan lokasi, sebagai berikut:

Menurut Tjiptono (2002) dalam Sastrawan, terdapat beberapa pertimbangan pelaku usaha dalam memilih lokasi yaitu:

1. Akseibilitas merupakan lokasi yang mudah dilalui atau mudah dijangkau oleh transportasi umum;
2. Lalu lintas merupakan banyaknya orang yang lalu lalang dapat memberikan peluang terhadap terjadinya *buying*, yaitu pembelian barang secara spontan, tanpa perencanaan dan tanpa melalui usaha-usaha khusus;
3. Tempat parkir yang luas, nyaman, dan aman untuk kendaraan roda empat dan roda dua;
4. Lingkungan merupakan daerah sekitar mendukung produk yang ditawarkan; dan
5. Peraturan pemerintah merupakan ketentuan yang melarang berjualan di lokasi PKL.

Menurut Christaller (1933), terdapat 3 faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi yang dilihat dari pelayanannya yaitu:

1. Faktor interaksi, faktor ini berhubungan dengan kecenderungan PKL beraglomerasi yang dikarenakan adanya keuntungan dari berbagai interaksi antara PKL. Misalnya dengan lokasi yang beraglomerasi maka akan beragam jenis usaha sehingga dapat menarik konsumen untuk membeli.
2. Faktor jarak, berhubungan dengan jangkauan pasar dalam bentuk barang dan jasa. Apabila kebutuhan barang semakin tinggi maka akan semakin dekat jarak lokasi untuk memenuhi kebutuhannya; dan
3. Faktor jumlah penduduk minimum untuk mendukung suatu penawaran.



Menurut Mc. Gee dan Yeung (1977), mengatakan bahwa, biasanya lokasi PKL cenderung memilih secara berkelompok pada area tertentu dengan melihat intensitas aktivitas yang tinggi. PKL akan memilih lokasi pada ruang-ruang yang dianggap ramai seperti ruang terbuka, daerah komersil, terminal, stasiun, sekolah, perkantoran, pasar dan depan mall.

Menurut Chiara (1984), terdapat 3 faktor dalam penentuan lokasi berdagang, yaitu:

1. Aglomerasi, lokasi PKL memiliki kecenderungan beraglomerasi dengan tujuan saling melengkapi dalam aktivitas berdagang, maka akan menarik konsumen untuk berdatangan;
2. Ketersediaan sarana angkutan umum, lokasi yang tersedia oleh angkutan umum maka akan mudah dicapai oleh konsumen. Faktor ini berhubungan dengan aksesibilitas; dan
3. Lokasi strategis, PKL biasanya menentukan lokasi dengan melihat intensitas aktivitas yang tinggi maka dianggap sebagai lokasi strategis. Lokasi strategis akan mendapatkan keuntungan yang lebih banyak bagi PKL seperti pada pasar, terminal, stasiun, ruang terbuka dan pusat kota.

Penelitian yang dilakukan oleh Debateraja (2006), menyebutkan bahwa dalam menentukan lokasi terdapat 2 faktor, yaitu:

1. Dekat dengan konsumen, salah satu faktor PKL karena dekat dengan konsumen maka akan berpeluang membeli barang dagangan PKL; dan
2. Dekat dengan tempat tinggal PKL, menjadi salah satu faktor bagi PKL karena untuk meminimalisir biaya transportasi dan jarak terhadap lokasi.

Studi yang dilakukan oleh Novelia dan Sadjito (2015), menyebutkan bahwa terdapat beberapa kriteria penentuan lokasi, yaitu:

1. Aksesibilitas, faktor ini terbagi menjadi 2 yaitu ketersediaan angkutan umum dan jarak dengan pusat kota;
2. Aglomerasi, PKL yang cenderung berkumpul pada suatu lokasi untuk saling melengkapi dalam aktivitas berdagang; dan
3. Ketersediaan fasilitas dan utilitas pelayanan umum, ketersediaan ini mempengaruhi PKL untuk berdagang di lokasi karena pasti membutuhkan

beberapa fasilitas dan utilitas untuk menunjang keberlangsungannya berdagang, ketersediaan ini terdapat 4 fasilitas yaitu fasilitas listrik, fasilitas air bersih, fasilitas tempat sampah dan fasilitas toilet.

Menurut studi Heri (1982) dalam Ayummi dkk, menyatakan bahwa terdapat 3 kriteria dalam menentukan lokasi, yaitu:

1. Dilalui oleh transportasi umum, ketersediaan transportasi umum menjadi salah satu kemudahan untuk mencapai lokasi;
2. Aksesibilitas, kemudahan dalam mencapai tujuan PKL; dan
3. Dekat dengan keramaian penduduk, semakin banyak orang pada suatu tempat maka memiliki peluang bagi PKL untuk mendapat keuntungan.

Menurut studi yang dilakukan Astriyanto (2010), menyatakan bahwa terdapat 5 faktor lokasi yang dijadikan sebagai dasar, yaitu:

1. Dekat dengan pasar, menjadi faktor PKL untuk berlokasi karena pasar menjadi salah satu lokasi yang terdapat konsumen;
2. Dekat dengan bahan baku, menjadi salah satu faktor PKL dalam berdagang yang tidak jauh dengan bahan baku utama untuk dijual kembali kepada konsumen baik sudah diolah maupun belum;
3. Dilalui oleh transportasi umum, ketersediaan transportasi umum menjadi salah satu kemudahan untuk mencapai lokasi ke tempat PKL berdagang;
4. Tersediaanya fasilitas dan utilitas umum yang meliputi air bersih, fasilitas listrik dan tempat sampah; dan
5. Kondisi iklim yang nyaman.

Menurut studi yang dilakukan Retma (2002), menyatakan bahwa terdapat 5 faktor dalam memilih lokasi berjualan, yaitu:

1. Dekat dengan tempat tinggal PKL, menjadi salah satu faktor bagi PKL karena untuk meminimalisir biaya transportasi dan jarak terhadap lokasi;
2. Dekat dengan bahan baku, menjadi salah satu faktor PKL dalam berdagang yang tidak jauh dengan bahan baku utama untuk dijual kembali kepada konsumen baik sudah diolah maupun belum;
3. Banyak konsumen, PKL biasanya mendatangi konsumen dengan melihat keramaian pada suatu tempat sebagai tempat berjualan; dan

4. Keamanan dan kenyamanan, faktor ini dibagi menjadi dua yaitu rendahnya kriminalitas dan adanya rasa nyaman karena dalam berjualan.

Menurut studi yang dilakukan Rasdiana A (2013), menyatakan bahwa PKL akan menempati tempat yang nyaman, hal tersebut penting karena menyangkut kenyamanan untuk para PKL dan juga konsumen pada saat melakukan jual beli.

## 2.5 Persepsi

Menurut Boyd, Walker dan Larreche dalam Fadila dan Lestari (2013), persepsi merupakan proses seseorang untuk memilih, mengatur dan menginterpretasikan informasi. Sedangkan menurut Kotler (2013:179), persepsi adalah dimana kita memilih, mengatur, dan menerjemahkan masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang berarti.

## 2.6 Penelitian Terdahulu

Berikut merupakan beberapa penelitian yang sudah dimpun terkait dengan penelitian ini. Penelitian Debateraja (2013), mengidentifikasi karakteristik dan faktor pemilihan lokasi serta persepsi masyarakat terhadap keberadaan PKL. Variabel yang digunakan yaitu tempat tinggal PKL, dekat dengan konsumen. Penelitian Sastrawan (2015), mengidentifikasi faktor-faktor pemilihan lokasi usaha saja tanpa mengidentifikasi karakteristik PKL. Variabel yang digunakan yaitu aksesibilitas, lingkungan, lalu lintas, tempat parkir dan peraturan pemerintah. Penelitian Sulisty (2006) mengidentifikasi mengenai faktor yang mempengaruhi PKL dalam berlokasi di Kota Pemalang berdasarkan karakteristik PKL dan persepsi masyarakat. Variabel yang digunakan sumber modal, jenis dagangan, sarana berdagang, pemilihan lokasi, dekat dengan keramaian, aksesibilitas, dekat dengan tempat tinggal. Berdasarkan penelitian sebelumnya, penelitian ini akan menggabungkan beberapa variabel dan akan menambahkan variabel berdasarkan teori-teori yang sudah ada. Berikut ini merupakan studi terdahulu terkait dengan karakteristik PKL dan faktor pemilihan lokasi usaha PKL, dapat dilihat pada **Tabel 2.1**

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti	Judul Penelitian	Lokasi	Variabel	Metode Analisis	Output
1	Debateraja (2013)	Kajian Penataan PKL Berdasarkan Preferensi PKL Dan Presepsi Masyarakat Di Kawasan Pasar Sudirman Pontianak	Kota Pontianak	Karakteristik PKL: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Umur</li> <li>• Tingkat Pendidikan</li> <li>• Asal Pedagang</li> <li>• Jumlah Pekerja</li> </ul> Pemilihan Lokasi: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tempat Tinggal PKL</li> <li>• Dekat Dengan Konsumen.</li> </ul>	Distribusi Frekuensi Dan Tabulasi Silang	Alasan Pemilihan Lokasi Berdasarkan Karakteristik Sosial Dan Aktivitas PKL Serta Persepsi Masyarakat Mengenai Penataan Pada Lokasi PKL.
2	Wayan Sastrawan (2015)	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pedagang Kaki Lima Di Pantai Penimbangan Kecamatan Bulengleng	Kabupaten Bulengleng	Pemilihan Lokasi: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Akseibilitas</li> <li>• Lingkungan</li> <li>• Lalu Lintas</li> <li>• Peraturan Pemerintah</li> <li>• Lahan Parkir</li> </ul>	Analisis Faktor	Faktor-Faktor Pemilihan Lokasi Usaha PKL Yang Dominan Di Pantai Penimbangan
3	Ari Sulistyo Budi (2006)	Kajian Lokasi Pedagang Kaki Lima Berdasarkan Preferensi PKL Serta Persepsi Masyarakat Sekitar Di Kota Pematang	Kota Malang	Karakteristik PKL: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sumber Modal</li> <li>• Jenis Dagangan</li> <li>• Sarana Berdagang</li> <li>• Pemilihan Lokasi:</li> <li>• Dekat Dengan Keramaian Kota</li> <li>• Akseibilitas</li> <li>• Dekat Dengan Tempat Tinggal</li> </ul>	Distribusi Frekuensi, Deskripsi Kualitatif Dan Tabulasi Silang	Pemilihan Lokasi PKL Berdasarkan Karakteristik Ekonomi, Aktivitas PKL Dan Persepsi Masyarakat Mengenai Keberadaan PKL

Sumber: Hasil Analisis, 2019

## 2.7 Sintesa Literatur

Setelah didapatkan beberapa kajian teori dan studi terdahulu terkait dengan penelitian ini yaitu perbandingan lokasi usaha berdagang berdasarkan persepsi pedagang kaki lima. Maka dapat dirangkum beberapa hal sebagai berikut:

1. Sektor Informal merupakan suatu pekerjaan yang padat karya, hanya memerlukan modal relatif kecil, pengetahuan, pendidikan yang minim dan mengandalkan usaha untuk bisa bekerja di sektor informal.
2. PKL merupakan orang yang melakukan usaha berdagang di bidang informal dengan menggunakan bermacam sarana untuk menawarkan barang dan jasa untuk dijual kepada konsumen, biasanya PKL berlokasi di pinggir jalan dan trotoar.
3. PKL memiliki beberapa karakteristik baik dari pelaku PKL hingga aktivitas PKL, yang termasuk pelaku PKL yaitu:
  - Karakteristik sosial yang meliputi usia, tingkat pendidikan, pekerjaan awal sebelum menjadi PKL, dan asal daerah.
  - Karakteristik ekonomi yang meliputi sumber modal, rata-rata pendapatan, omset dan besar modal.

Sedangkan yang termasuk karakteristik aktivitas PKL yang meliputi:

- Jenis usaha, yang meliputi makanan yang belum diproses, makanan siap saji, barang bukan makanan dan jasa;
- Waktu berdagang, tergantung pelaku PKL dalam melakukan kegiatan aktivitas PKL tergantung keramaian pada suatu lokasi. Periode waktu dibagi menjadi dua yaitu pagi/siang dan sore/malam;
- Sarana berdagang, sarana yang digunakan PKL beragam mulai dari gerobak/kereta dorong, warung semi permanen, pikulan/keranjang, gelaran/alas dan kios; dan
- Lama berjualan, melihat seberapa lama berdagang pada lokasi PKL.

4. Pemilihan lokasi usaha yang terdiri dari beberapa aspek yaitu:

1. Kemudahan pencapaian lokasi:

- Lokasi mudah dicapai oleh angkutan umum;
- Lokasi mudah dicapai oleh kendaraan umum; dan
- Lokasi mudah dicapai oleh pejalan kaki.

2. Kestrategisan lokasi:

- Dekat dengan pusat kota;
- Dekat dengan ruang terbuka hijau;
- Dekat dengan tempat tinggal;
- Dekat dengan konsumen; dan
- Aglomerasi.

3. Ketersediaan fasilitas dan utilitas pelayanan umum.

- Fasilitas listrik;
- Fasilitas air bersih;
- Fasilitas toilet;
- Fasilitas tempat sampah; dan
- Ketersediaan lahan parkir.

4. Kenyamanan dan Keamanan:

- Rendahnya kriminalitas;
- Aroma bau tidak sedap;
- Kebisingan; dan
- Ketersediaan kanopi diokasi berjualan.

**Tabel 2.2**  
**Sintesa Literatur**

Variabel	Sumber	Indikator	Indikator Terpilih
Aspek penentuan lokasi	Chiara, 1983	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aglomerasi</li> <li>- Ketersediaan sarana angkutan umum</li> <li>- Dekat dengan pasar</li> <li>- Dekat dengan ruang terbuka</li> <li>- Dekat dengan pusat kota</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lokasi mudah dicapai oleh kendaraan umum</li> <li>- Lokasi mudah dicapai oleh pejalan kaki</li> <li>- Lokasi tersedia angkutan umum</li> </ul>

Variabel	Sumber	Indikator	Indikator Terpilih
	Debateraja, 2006	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dekat dengan konsumen</li> <li>- Dekat dengan tempat tinggal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dekat dengan pusat kota</li> <li>- Dekat dengan konsumen</li> <li>- Dekat dengan tempat tinggal</li> <li>- Dekat dengan ruang terbuka hijau</li> <li>- Aglomerasi</li> <li>- Fasilitas listrik</li> <li>- Fasilitas air bersih</li> <li>- Fasilitas toilet</li> <li>- Fasilitas tempat sampah</li> <li>- Ketersediaan lahan</li> <li>- Rendahnya kriminalitas</li> <li>- Adanya rasa nyaman karena dalam berjualan</li> </ul>
	Novelia dan Sardjito, 2015	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aglomerasi</li> <li>- Ketersediaan angkutan umum</li> <li>- Ketersediaan listrik</li> <li>- Ketersediaan air bersih</li> <li>- Ketersediaan tempat sampah</li> <li>- Ketersediaan Toilet</li> </ul>	
	Heri, 1982	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dilalui oleh transportasi umum</li> <li>- Akseibilitas</li> <li>- Dekat dengan keramaian penduduk</li> </ul>	
	Astriyanto, 2010	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dekat dengan pasar</li> <li>- Dekat dengan bahan baku</li> <li>- Dilalui oleh transportasi umum</li> <li>- Ketersediaan fasilitas dan utilitas umum</li> </ul>	
	Mcgee dan Yeung, 1977	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aglomerasi</li> <li>- Akseibilitas</li> </ul>	
	Wayan Sastrawan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Akseibilitas</li> <li>- Lalu lintas</li> <li>- Tempat parkir</li> <li>- Lingkungan</li> <li>- Peraturan pemerintah</li> </ul>	
	Retma Haryeti	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dekat dengan tempat tinggal PKL</li> <li>- Dekat dengan bahan baku</li> <li>- Banyak konsumen</li> <li>- Rendahnya kriminalitas</li> <li>- Adanya rasa nyaman karena dalam berjualan</li> </ul>	
	Rasdiana A	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aroma bau tidak sedap</li> <li>- Kebisingan</li> <li>- Ketersediaan kanopi diokasi berjualan</li> </ul>	

Sumber: Hasil Analisis, 2019