



Contents lists available Online

## Jurnal Suluah Komunitas

Journal homepage: <http://sulben.ppi.unp.ac.id/index.php/suluah>



### Penyuluhan regulasi dan pembekalan strategi pemasaran serta pengembangan umkm pada pedagang kaki lima di lapangan kantin wirabraja kota Bukittinggi, provinsi Sumatera Barat

Syarifah Zuhra<sup>1</sup>, Aziza Bila<sup>2</sup>, Wahib Assyahri<sup>\*2</sup>, Dwila Maresti<sup>1</sup>, Hamzah Vensuri<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Akuntansi/ Universitas Mohammad Natsir Bukittinggi/Indonesia

<sup>2</sup>Administrasi Publik/ Universitas Mohammad Natsir Bukittinggi/Indonesia

<sup>3</sup>Hukum/Universitas Mohammad Natsir Bukittinggi/Indonesia

#### Article Info

##### Article history:

Received July 8<sup>th</sup>, 2022

Revised Aug 14<sup>th</sup>, 2022

Accepted Sept 6<sup>th</sup>, 2022

##### Keyword:

Good governance

Public service

Regulation

Economy

Financial report

#### ABSTRACT

The presence of street vendors (PKL) can sometimes unsettle residents and the government, but their presence can also contribute to driving the economy of an area. The lack of resources and knowledge regarding regulations and provision of strategies in business development by street vendors makes their business less developed. The assistance activities for street vendors are expected to be useful for business continuity and gain knowledge in entrepreneurship. There are 100 street vendors in the Wirabraja Kantin Square, Bukittinggi City, consisting of culinary traders specializing in local wisdom, food stalls, clontongan goods, traditional cakes, martabak, various fried foods, bakery shops, burgers, chicken meatball noodles, vegetable traders, fruit sellers, soft drinks, household furniture, construction equipment, soles. Assistance in Counseling on Regulations and Debriefing on Marketing Strategy and MSME Development for Street Vendors so that later they understand regulations and are able to manage business financial management, so that financial reports on business results are recorded properly, assistance in marketing business results so that there are more buyers, assistance in using technology information, so that street vendors can compete with other traders.



© 2022 The Authors. Published by Universitas Negeri Padang.

This is an open access article under the CC BY-NC-SA license

(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0>)

#### Corresponding Author:

Assyahri, W.,

[wassyahri.wa@gmail.com](mailto:wassyahri.wa@gmail.com)

#### Pendahuluan

Keberadaan usaha kecil menengah sebagai bagian dari pelaku usaha di Indonesia semakin eksis dengan diterbitkannya Undang- Undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil (UUUK). Arti pentingnya usaha kecil dalam dunia usaha tercermin dari dasar pertimbangan dikeluarkannya UUUK bahwa dalam pembangunan nasional, usaha kecil sebagai bagian integral dunia usaha yang merupakan kegiatan ekonomi rakyat mempunyai kedudukan, potensi dan peran yang strategis untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang makin seimbang berdasarkan demokrasi ekonomi. Bahwa sehubungan dengan hal tersebut, usaha kecil perlu lebih diberdayakan dalam memanfaatkan peluang usaha dan menjawab tantangan perkembangan ekonomi pada masa yang akan datang (Budiarto et al., 2018)

Tidak dapat diragukan lagi, andil UMKM dalam perekonomian nasional sangatlah besar. Di tahun 2022, berdasarkan data Kementerian KUKM, UMKM merupakan 99,99% pelaku ekonomi nasional yang menyerap 97,30% tenaga kerja di Indonesia, dan menyumbang PDB atas dasar harga berlaku sebesar 56,53%. Kenyataan menunjukkan bahwa usaha kecil masih belum dapat mewujudkan kemampuan dan peranannya secara optimal dalam perekonomian nasional. Hal ini disebabkan oleh kenyataan bahwa usaha kecil masih menghadapi berbagai hambatan dan kendala, baik yang bersifat eksternal maupun internal, dalam bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, permodalan, sumber daya manusia, dan teknologi, serta iklim usaha yang belum mendukung bagi perkembangannya.

Dalam upaya meningkatkan kesempatan dan kemampuan usaha kecil, telah dikeluarkan berbagai kebijaksanaan oleh pemerintah tentang pencadangan usaha, pendanaan, dan pembinaan tetapi belum berhasil sebagaimana diharapkan karena belum adanya kepastian hukum yang merupakan perlindungan bagi usaha kecil dan dipatuhi oleh semua pihak. Dihadapkan pada era perdagangan bebas dalam rangka mengantisipasi keterbukaan perekonomian dunia, baik pada tingkat regional maupun tingkat dunia, usaha kecil dituntut menjadi tangguh dan mandiri (Laura Hardilawati, 2020)

Pemberdayaan masyarakat (Community Development) telah banyak dirumuskan di dalam berbagai definisi, istilah pemberdayaan masyarakat diangkat dari istilah *people empowerment*. Pemberdayaan masyarakat yaitu suatu bentuk upaya mendayagunakan masyarakat yang berorientasi untuk membangun masyarakat yang mandiri sehingga pembangunan masyarakat bercirikan dari, oleh dan untuk masyarakat. Pemberdayaan masyarakat dalam kajian ini bukan membuat masyarakat menjadi semakin tergantung pada berbagai program pemberian oleh pemerintah daerah karena setiap apa yang dinikmati oleh masyarakat harus dihasilkan atas usahanya sendiri. Pemberdayaan masyarakat ditujukan agar masyarakat dengan potensi yang dimilikinya mampu melaksanakan kegiatan secara aktif dalam setiap kegiatan mulai dari perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi atau pengawasan oleh pemerintah daerah dalam menciptakan kondisi sosial, ekonomi dan budaya yang lebih baik serta masyarakat yang berjiwa mandiri, berswadaya, mampu melakukan inovasi dan memanfaatkan peluang yang ada untuk membangun usaha sendiri dan memiliki pola pikir yang kreatif. Adapun bagian dari kegiatan pemberdayaan masyarakat ini dapat dilakukan dengan pemberdayaan kepada pedagang kaki lima. Pedagang kaki lima atau juga biasa disebut dengan pedagang asongan ini memang merupakan salah satu bentuk aktivitas perdagangan di sektor informal, dimana mereka merupakan pedagang kecil yang umumnya berperan sebagai penyalur barang-barang dan jasa ekonomi kota (Haris, 2014; Maryani & Nainggolan, 2019).

Pedagang kaki lima didefinisikan sebagai kelompok orang yang menawarkan barang dan jasa untuk dijual pada ruang publik, terutama di pinggir jalan dan trotoar yang dilakukan berpindah-pindah dari tempat satu ke tempat yang lain dan berorientasi pada keuntungan atau pendapatan (Antara & Aswitari, 2016; Hanum, 2017). Sejalan dengan penjelasan tersebut, maka untuk dapat memberikan kesejahteraan melalui pemberdayaan masyarakat lebih khususnya kepada pemberdayaan pedagang kaki lima, hal ini diperkuat dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 41 Tahun 2012 Tentang Pedoman 3 Penataan dan Pemberdayaan Pedagang Kaki Lima yang menyatakan bahwa sebagai berikut : “Bahwa kegiatan pedagang kaki lima sebagai salah satu usaha ekonomi kerakyatan yang bergerak dalam usaha perdagangan sektor informal perlu dilakukan pemberdayaan untuk meningkatkan dan mengembangkan usahanya. Yang selanjutnya dalam ketentuan umum pasal 1 ayat 3 menjelaskan pemberdayaan pedagang kaki lima adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah pusat, pemerintah daerah, dunia usaha dan masyarakat secara sinergis dalam bentuk penumbuhan iklim usaha dan pengembangan usaha terhadap pedagang kaki lima sehingga mampu tumbuh dan berkembang baik kualitas maupun kuantitas usahanya”. Searah dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia yang telah dipaparkan maka sangat jelas bahwa pedagang kaki lima merupakan suatu bentuk upaya dari seorang individu maupun kelompok untuk dapat menciptakan peluang usaha mandiri serta dapat memberikan kontribusi yang baik dan nyata terhadap perekonomiannya sendiri maupun masyarakat khususnya masyarakat kecil. Dalam upaya memberikan kesejahteraan kepada pedagang kaki lima maka diperlukan pemberdayaan kepada pedagang kaki lima yang dalam hal ini juga sebagai salah satu subjek dan obyek penting dalam pembangunan ekonomi yang lebih khusus pada pembangunan ekonomi daerah dan sebagai sarana untuk menciptakan wirausahawan baru. Guna mewujudkan hal tersebut, sangat diperlukan adanya kegiatan pemberdayaan yang terencana dan tepat sasaran kepada para pedagang kaki lima agar dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat kecil dan masyarakat ekonomi lemah yang dapat memacu laju pertumbuhan ekonomi khususnya dalam pengembangan ekonomi masyarakat.

Lebih lanjut pada kajian ini yaitu memprioritaskan pada pemberdayaan pedagang kaki lima di ruang lingkup Lapangan Kantin Wirabraja Kota Bukittinggi. Pemilihan lokasi tersebut dikarenakan kawasan

Lapangan Kantin Wirabaja Kota Bukittinggi merupakan tempat yang paling diminati oleh pedagang kaki lima karena berada ditengah kota dan banyak diminati untuk tempat olahraga dan aktivitas lainnya yang mengumpulkan pengunjung yang banyak. Selain lokasinya yang kegiatan, lokasi ini merupakan pusat keramaian dengan tingkat kunjungan yang tinggi. Jumlah pedagang kaki lima di kawasan Lapangan Kantin Wirabaja Kota Bukittinggi sebanyak 100 pedagang.

## Metode

Kegiatan pengabmas penyuluhan regulasi dan pembekalan strategi pemasaran serta pengembangan UMKM di Lapangan Kantin Wirabaja Kota Bukittinggi, Sumatera Barat. Peserta kegiatan di ikuti oleh masyarakat umum dan para pedagang kaki lima. Dengan alur kegiatan dilaksanakan dengan metode focus group discussion (FGD) yang diawali dengan pemaparan materi dari tim pengabmas tentang regulasi dan pembekalan strategi pemasaran serta pengembangan UMKM dalam mewujudkan pembangunan ekonomi. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini akan dilaksanakan melalui tahap:

### Metode Ceramah

Materi di sampaikan oleh beberapa orang pemateri yaitu Syarifah Zuhra, S.S.T., M.E terkait dengan Strategi pemasaran dan pengembangan UMKM, Aziza Bila, S.AP., M.A.P terkait dengan materi Pelayanan publik dalam meningkatkan pembangunan ekonomi, Wahib Assyahri, S.AP., M.A.P terkait dengan materi Manajemen Usaha dan Teknologi Informasi Pemasaran, Dwila Maresti, SE., M.Si materi terkait dengan Laporan Keuangan dan Hamzah Vensuri, M.H materi tentang Regulasi terkait UMKM.

### Metode Diskusi

Tim pengabmas memberikan kesempatan untuk bertanya dan berdiskusi kepada peserta terkait dengan permasalahan di atas. Kemudian mencari solusi dari permasalahan yang diajukan oleh para peserta selama kegiatan berlangsung.

### Metode Latihan

Memberikan Latihan-latihan dalam mengidentifikasi beberapa isu permasalahan dalam kemajuan UMKM pada pedagang kaki lima.

## Hasil dan Pembahasan

Kegiatan ini diikuti oleh masyarakat umum pengunjung lapangan kantin wirabaja dan para pedagang kaki lima yang berada dikawasan lapangan kantin wirabaja, berikut tahapan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dimulai dengan edukasi sampai dengan tahap evaluasi;

### Tahap Persiapan

Tim pelaksana pengabdian melakukan pertemuan awal dengan pejabat terkait dalam hal ini penanggung jawab lapangan kantin wirabaja dan asosiasi pedagang kaki lima lapangan kantin wirabaja, untuk melaksanakan pengabdian yang dilakukan di Lapangan kantin Wirabaja. Hal yang di bahas antara lain terkait dengan Regulasi UMKM, Pembekalan Strategi Pemasaran dan Pengembangan UMKM. Permasalahan yang ditemukan masih banyaknya masyarakat yang belum memahami tentang Regulasi UMKM, Pembekalan Strategi Pemasaran dan Pengembangan UMKM.

### Tahap Pelaksanaan

Pengabdian Masyarakat pada pedagang kaki lima dilapangan kantin wirabaja dilakukan pada tanggal 26 Juni 2022 - 17 Juli 2022 pada jam 09.00 WIB. Pemberian materi yang diberikan mampu menambah pengetahuan peserta pengabdian. Hal ini dibuktikan dengan keseluruhan peserta kegiatan antusias dalam mengikuti Pengabdian berlangsung. Peserta mendengar dan menyimak materi yang diberikan oleh narasumber serta banyaknya pertanyaan yang muncul terkait dengan materi yang di sampaikan. Dan tertariknya partisipan untuk memulai menggunakan media sosial merupakan pencapaian dalam kegiatan ini. Hal tersebut telah memenuhi indikator keberhasilan terkait dengan adanya peningkatan pemahaman pedagang akan kemajuan teknologi. Sehingga mampu menarik minat partisipan dalam memanfaatkan media sosial sebagai penunjang sistem bisnis mereka. Tidak hanya itu, dalam pelaksanaan ini ditemukan beberapa hal lain yang juga penting untuk ulas, permasalahan yang paling banyak dihadapi oleh PKL yaitu mengenai pemahaman para PKL, bahwa setiap tahun ke tahun perkembangan usaha mengalami persaingan dan peningkatan. Namun pelaku ekonomi khususnya PKL hanya ingin mendapatkan keuntungan semata tetapi dalam mengkondisikan keuntungan tidak diimbangi dengan mengikuti aturan Undang-Undang yang berlaku. Contohnya PKL melakukan kegiatan berdagang di atas trotoar karena hal tersebut menurut Undang-Undang lingkungan hidup tidak diperkenankan sebagai tempat berdagang tetapi para PKL tetap melanggar

Pedagang kaki lima di lapangan kantin wirabraja kota Bukittinggi berjumlah 100 (data dari bapak Jhon anggota asosiasi pedagang kaki lima Lapangan Kantin Wirabraja) yang terdiri dari pedagang kuliner khas kearifan lokal, warung tenda makan, barang klontongan, kue tradisional, martabak, aneka gorengan, kedai roti, burger, mie ayam bakso, buah-buahan, minuman ringan, perabot rumah tangga, sol sepatu, mainan anak-anak. Permasalahan yang dihadapi para pedagang kaki lima selama ini adalah sulitnya pengembangan usaha dikarenakan kondisi lingkungan yang ada disekitar tempat berusaha terdapat usaha yang sejenis, dan merupakan pesaing. Disamping itu pengetahuan manajemen usaha, terutama bidang pemasaran, karena teknik yang dilakukan masih bersifat tradisional, terutama komunikasi para penjual dan pembeli. Harga yang ditawarkan kepada pelanggan berbeda-beda terutama para pedagang yang berusaha sejenis, menyebabkan konsumen/pembeli tidak lagi tertarik untuk menggunakan atau membeli produk para pedagang tadi.

Tempat membuka usaha masih dirasakan kurang begitu nyaman, karena lapak yang didirikan dekat dengan jalan raya, sehingga lalu lintas ramai, sehingga bagi pembeli tidak suka suasana tersebut merasa terganggu, juga produk yang dihasilkan masih jauh dari kesan bersih, menyebabkan konsumen /pembeli kurang berminat. Dalam memajemen keuangan hasil pendapatan para pedagang kaki lima masih bingung dengan pendapatan dalam mengelola karena masih bercampur dengan urusan keluarga dan belum fokus akan pengelolaan keuangan bisnis, sehingga pendapatan yang didapat dari penjualan belum dapat disisihkan untuk kepentingan jangka panjang. Kurangnya strategi untuk melakukan penjualan terutama yang berhubungan dengan teknologi informasi, dimana dengan sarana ini dapat melakukan transaksi dengan sangat mudah, efisiensi dari segi waktu, efektif untuk melakukan penjualan kepada pembeli yang familiar menggunakan teknologi. Dukungan dari pemerintah sangat masih dirasakan kurang, karena para pedagang kaki lima di lapangan kantin wirabraja kota Bukittinggi masih terkesan semrawut terutama para pedagang jenis kuliner yang beroperasi dimalam hari, fasilitas jalan umum untuk lalu lintas pejalan kaki dan yang akan berolahraga dipakai oleh para pedagang kaki lima untuk menggelar lapak dagangannya, sehingga menambah kesan kurang rapi dan semrawut. Kurang maksimalnya instansi terkait dalam memberdayakan para pedagang kaki lima terutama dalam kegiatan pelatihan pengembangan usaha. Belum meratanya penyampaian bantuan isentif pengembangan UMKM yang difasilitasi pemerintah, dikarenakan informasi yang disampaikan belum begitu maksimal, sehingga para pedagang kaki lima belum semuanya mendapatkan.

Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat ini memberikan pengetahuan pentingnya memahami regulasi mengenai UMKM, memberikan pemaparan pentingnya memajemen keuangan dalam pengelolaan bisnis dengan harapan agar pendapatan yang diterima dapat dikelola dengan memperhatikan pengeluaran dan pemasukan. Memberikan pemahaman tentang cara memasarkan produk para Pedagang Kaki Lima, dengan adanya pengetahuan ini para pedang kaki lima dikota bengkayang dapat mampu bertahan dan bersaing dari pedagang lainnya (Arianto, 2020; Aribawa, 2016; Putra, 2016). Cara ini dilaksanakan dengan komunikasi verbal dengan mendatangi pedang kaki lima itu sendiri. Sentuhan teknologi informasi dalam menjual penting sekali agar mudah dan cepat dalam traksaksi, menggunakan watsapp, facebook, instagram, telepon, dan lain-lain. Cara melayani calon pembeli, penting karena konsumen ingin dilayani dengan baik, supaya mereka puas dan kembali untuk membeli jualan, tempat usaha jualan agar kerapihan dan kebersihan perlu dijaga, mengingat para pembeli karakteristiknya berbeda-beda. Produk yang dijual supaya dikemas serapi mungkin, dan pentingnya labeling pada produk yang dijual supaya para pembeli bisa membedakan dari produk lain. Dari sisi harga, karena para pedagang kaki lima dalam menentukan harga kadang berbeda-beda untuk usaha yang sejenis, perbedaan ini disebabkan oleh para pedagang kaki lima kesulitan dalam mencari informasi tentang harga standar, kalkulasi biaya bahan baku (Putra, 2016; Sarfiah, Atmaja, & Verawati, 2019; Suci, 2017)

## Simpulan

Tahap persiapan kegiatan PKM ini berjalan sesuai dengan jadwal yang telah disusun awal pada proporsal, dengan berkordinasi dengan para pengambil keputusan di Lapangan Kantin Wirabraja Kota Bukittinggi, dan petunjuk ketua Asosiasi Pedagang Kaki Lima. Pelaksanaan kegiatan PKM ini dengan mendatangi langsung tempat usaha Pedagang Kaki Lima, komunikasi dua arah, memberikan pemahaman pentingnya mengelola keuangan usaha dan perbaikan cara menjual dagangannya. Manfaat pelaksanaan PKM ini untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi untuk memberikan kontribusi peningkatan peran Universitas Mohammad Natsir Bukittinggi dalam meningkatkan usaha Pedagang Kaki Lima. Implementasi sosial merupakan kegiatan dalam memberikan kontribusi perkembangan Pedagang Kaki Lima. Dengan memberikan pemahaman mengenai regulasi UMKM, Strategi Pemasaran dan pengembangan usaha, Pelaporan keuangan, cara menggunakan media sebagai alat promosi pemasaran,

memberikan pengetahuan penjualan diharapkan dapat meningkatkan penjualan Pedagang Kaki Lima itu sendiri. Agar para Pedagang Kaki Lima dapat berkembang dan semakin banyak mendapatkan keuntungan diharapkan kedepannya dapat mengikuti pelatihan-pelatihan tentang pengembangan usaha, meningkatkan ketrampilan. Bagi Pemerintah Daerah diharapkan untuk memperhatikan keberadaan para PKL, penataan tempat usaha sesuai dengan master plan wilayah, peran serta dinas terkait dalam pembekalan dan pelatihan-pelatihan keterampilan.

### Ucapan Terimakasih

Kepada segenap Pedagang Kaki Lima diLapangan Kanti Wirabraja Bukittinggi ucapan terimakasih telah mengikuti kegiatan pengabdian kepada masyarakat dari Universitas Mohammad Natsir Bukittinggi dan Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) telah mendanai pengabdian dengan dana internal Universitas Mohammad Natsir Bukitting tahun 2022.

### Referensi

- Antara, I. K. A., & Aswitari, L. P. (2016). Beberapa faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang kaki lima di Kecamatan Denpasar Barat. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 5(11), 165258.
- Arianto, B. (2020). Pengembangan UMKM digital di masa pandemi covid-19. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 6(2), 233–247.
- Aribawa, D. (2016). Pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja dan keberlangsungan UMKM di Jawa Tengah. *Jurnal Siasat Bisnis*, 20(1), 1–13.
- Budiarto, R., Putero, S. H., Suyatna, H., Astuti, P., Saptoadi, H., Ridwan, M. M., & Susilo, B. (2018). *Pengembangan UMKM antara konseptual dan pengalaman praktis*. Ugm Press.
- Hanum, N. (2017). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Kota Kuala Simpang. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 1(1), 72–86.
- Haris, A. (2014). Memahami Pendekatan Pemberdayaan Masyarakat. *Jupiter*, 13(2).
- Laura Hardilawati, W. (2020). Strategi bertahan UMKM di tengah pandemi covid-19. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 10(1), 89–98.
- Maryani, D., & Nainggolan, R. R. E. (2019). *Pemberdayaan masyarakat*. Deepublish.
- Putra, A. H. (2016). Peran UMKM dalam pembangunan dan kesejahteraan masyarakat kabupaten Blora. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 5(2), 40–52.
- Sarfiah, S. N., Atmaja, H. E., & Verawati, D. M. (2019). UMKM sebagai pilar membangun ekonomi bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 137–146.
- Suci, Y. R. (2017). Perkembangan UMKM (Usaha mikro kecil dan menengah) di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 6(1), 51–58.