

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Definisi Kota

Pertumbuhan dan perkembangan kota merupakan gejala modern yang muncul dari hasil interaksi berbagai elemen dan kekuatan proses pembangunan. Kota merupakan tempat konsentrasi penduduk yang beragam kegiatannya. Istilah kota mengandung arti suatu konsentrasi penduduk dalam suatu wilayah geografis tertentu yang menghidupi dirinya sendiri secara relatif permanen dari kegiatan ekonomi yang ada di wilayah tersebut. Kota bisa merupakan sebuah pusat industri, perdagangan, pendidikan, pemerintahan atau mencakup semua kegiatan tersebut. Keanekaragaman kesempatan ini menarik penduduk dari daerah pedesaan ke kota-kota (Gallion dan Eisner, 1996: 6).

Menurut definisi klasik menyatakan bahwa kota adalah sebuah pemukiman yang relatif besar, padat, dan permanen yang dihuni oleh individu-individu yang heterogen dalam arti sosial (Catanese, 1986: 41).

Secara fisik, kota menampilkan sejumlah bangunan yang berfungsi dalam kegiatan pemukiman, industri, perdagangan, administrasi, pengajaran, keagamaan dan hiburan dalam suatu wilayah tertentu. Selain itu kota juga tidak terlepas dari manusia yang berdiam dan melakukan berbagai kegiatan di wilayah tersebut (Widianto, 1990: 153).

Sebuah permukiman dapat dirumuskan sebagai sebuah kota bukan dari segi ciri-ciri morfologis tertentu, atau bahkan kumpulan ciri-cirinya, melainkan dari segi suatu fungsi khusus yaitu menyusun sebuah wilayah dan menciptakan ruang-ruang efektif melalui pengorganisasian sebuah daerah pedalaman yang lebih besar berdasarkan hierarki-hierarki tertentu (Amos Rapoport dalam Zahnd, 1999: 5).

Dengan demikian kota merupakan permukiman dengan berpenduduk relatif besar, luas areal terbatas, pada umumnya bersifat non-agraris, kepadatan penduduk relatif tinggi, serta tempat sekelompok orang-orang dalam jumlah tertentu dan bertempat tinggal bersama dalam suatu wilayah geografis tertentu yang cenderung berpola hubungan rasional, ekonomis, dan individualistis.

2.2 Ruang Terbuka Publik

2.2.1 Definisi Ruang Terbuka Publik

Ruang terbuka biasanya sering juga disebut dengan ruang umum terbuka, yaitu ruang umum yang ada di luar bangunan. Ruang terbuka dapat berupa *landscape* (ruang terbuka hijau), *hardscape* (jalan, trotoar, dan sebagainya), taman dan ruang rekreasional pada suatu kota (Shirvani, 1985: 27). Ruang terbuka selalu menjadi elemen yang esensial dari perancangan kota dan merupakan sesuatu yang patut dipertimbangkan dalam suatu daerah kota.

Adapun beberapa definisi tentang ruang terbuka publik menurut beberapa ahli (Ir. Rustam Hakim, 1987) antara lain, ruang terbuka publik juga dapat dikatakan sebagai ruang terbuka, yang mempunyai arti bentuk dasar dari ruang terbuka di luar bangunan, dapat digunakan oleh publik (setiap orang), dan memberi kesempatan untuk bermacam-macam kegiatan/aktivitas tertentu dari masyarakatnya, seperti: taman bermain, *plaza*, makam, lapangan terbang, lapangan olahraga, taman rekreasi, dan lain-lain.

2.2.2 Fungsi Ruang Terbuka Publik

Fungsi ruang publik kota (Edy Darmawan, 2003) dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Sebagai pusat interaksi, komunikasi, masyarakat baik formal seperti upacara bendera, sholat idul fitri, dan peringatan-peringatan yang lain; informal seperti pertemuan-pertemuan individual, kelompok masyarakat dalam acara santai dan rekreatif atau juga dimanfaatkan untuk melakukan unjuk rasa (demo) sebagai bagian dari negara demokrasi.
2. Sebagai ruang terbuka yang menampung koridor-koridor jalan yang menuju kearah ruang publik tersebut dan sebagai ruang pengikat dilihat dari struktur kota, sekaligus sebagai pembagi ruang fungsi bangunan disekitarnya serta ruang untuk transit bagi masyarakat yang akan pindah kearah tujuan lain.
3. Sebagai tempat Pedagang Kaki Lima (PKL) yang menjajakan makanan dan minuman, pakaian, *souvenir*, dan jasa hiburan seperti tukang sulap, tarian kera (topeng monyet) terutama pada malam hari.
4. Sebagai paru-paru kota yang semakin padat, sehingga masyarakat banyak yang memanfaatkan sebagai tempat berolahraga, bermain, dan santai bersama keluarga.

2.2.3 Tujuan Ruang Terbuka Publik

Dilihat dari perspektif pengguna, penciptaan suatu ruang publik akan memberikan keuntungan yang berbeda-beda. Dan secara umum tujuan dari pembuatan suatu ruang publik adalah sebagai berikut (Stephen Carr, 1992: 10):

1. *Public Welfare*

Kesejahteraan masyarakat merupakan motivasi dasar dalam penciptaan dan pengembangan suatu ruang terbuka publik. Sebuah ruang publik menyediakan jalur untuk melakukan pergerakan, pusat komunikasi dan tempat yang memberikan kesempatan untuk merasa bebas dan santai dan juga bisa sebagai tempat untuk berekreasi.

2. *Visual Enhancement*

Suatu ruang publik pada suatu kota dapat meningkatkan kualitas visual kota tersebut menjadi lebih manusiawi, harmonis dan indah.

3. *Environmental Enhancement*

Penghijauan yang terdapat pada suatu ruang publik selain dapat dipertimbangkan sebagai sebuah nilai estetika juga berfungsi sebagai paru-paru kota yang dapat memberikan udara segar di tengah-tengah polusi yang banyak terjadi.

4. *Economic Development*

Sebuah ruang publik didesain untuk dapat memberikan kesenangan dan relaksasi dengan dukungan dari aspek ekonomi informal dan aktivitas-aktivitas lain yang menarik. Sehingga pada ruang publik dapat tercipta jual-beli dalam perdagangan eceran (retail) dimana ruang publik dapat dikatakan sukses secara ekonomi jika telah dapat pula mencapai *public welfare*.

5. *Image Enhancement*

Merupakan hal yang biasa jika pemerintah daerah setempat berharap dengan membangun suatu ruang publik akan memberi keuntungan tersendiri dan dapat memperbesar *image* mereka di masyarakat. Dimana ruang publik yang sukses akan dapat meningkatkan harga serta nilai bangunan-bangunan yang ada disekitarnya.

2.2.4 Tipologi Ruang Terbuka Publik

Perkembangan sejarah ruang publik kota telah memberi pandangan yang lebih luas tentang bentuk variasi dan karakternya. Ruang publik ini berkembang sejalan

dengan kebutuhan manusia dalam melakukan kegiatan bersama, baik itu yang berkaitan dengan sosial, ekonomi, dan budaya. Sikap dan perilaku manusia yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi juga berpengaruh terhadap tipologi ruang publik kota yang direncanakan. Tipologi ruang publik ini terdiri dari beragam variasi yang seringkali memiliki karakteristik yang mirip sehingga seolah-olah memberi pengertian yang tumpang tindih (*overlapping*).

Adapun pembagian ruang publik kota menjadi beberapa tipe dan karakter (Stephen Carr, 1992: 79) sebagai berikut:

1. Taman Umum (*Public Park*)

Merupakan area yang disediakan untuk penggunaan estetika, pendidikan, rekreatif maupun budaya. Dan pada umumnya ruang publik yang penting berada dan berlokasi di dekat pusat kota. Yang termasuk dalam jenis taman umum adalah taman nasional (*national park*), taman pusat kota, taman lingkungan (*neighbourhood park*) dan taman kecil (*mini park*).

2. Lapangan dan Plasa (*Squares and Plazas*)

Meliputi lapangan pusat kota (*central square*) dan plasa pengikat (*corporate plaza*). Dimana, *square* merupakan bagian dari ruang kota yang dibentuk oleh bangunan-bangunan disekelilingnya serta berperan dalam mempertegas struktur ruang kota yang ada. Pada umumnya *square* berupa distribusi atau pemecah arus lalu-lintas. Sedangkan plasa merupakan ruang terbuka di kawasan pusat komersial.

3. Tempat Bersejarah (*Memorial Place*)

Ruang publik yang terbentuk di sekitar bangunan/tugu untuk mengenang kejadian penting bagi masyarakat kota tersebut. Selain sebagai lokasi bersejarah, ruang publik ini seringkali juga menjadi *landmark* dan kebanggaan masyarakat sekitarnya.

4. Pasar (*Markets*)

Ruang terbuka atau ruas jalan yang digunakan untuk pasar hasil pertanian atau pasar loak. Biasanya bersifat temporer atau hanya berlangsung pada waktu-waktu tertentu dan berlokasi pada ruang-ruang umum yang tersedia seperti lapangan, jalan, plasa, atau lapangan parkir.

5. Jalan (*Streets*)

Merupakan tempat sirkulasi, transit, dan interaksi masyarakat khususnya bagi para pejalan kaki yang dilengkapi dengan aksesori kota misalnya, pohon-pohon

rindang maupun lampu-lampu penerangan. Dan yang termasuk didalamnya adalah pedestrian sisi jalan (*pedestrian sidewalk*), mal pedestrian (*pedestrian mall*), mal transit (*transit mall*), jalur lambat (*traffic restricted streets*) dan gang kecil di kota (*town trail*).

6. Taman Bermain (*Playgrounds*)

Mencakup sarana bermain, olahraga dan tempat interaksi masyarakat serta terkait juga dengan kebutuhan rekreatif aktif yaitu yang di dalamnya terdapat atau mengandung unsur-unsur kegiatan. Termasuk didalamnya diantaranya tempat bermain (*playgrounds*) yang banyak dijumpai di lingkungan perumahan dan halaman sekolah (*schoolyard*).

7. Ruang Komunitas (*Community Open space*)

Ruang-ruang kosong di lingkungan perumahan yang didesain dan dikembangkan serta dikelola oleh masyarakat setempat. Ruang ini dilengkapi dengan fasilitas penataan taman termasuk gardu untuk menikmati pemandangan (*gazebo*), areal bermain, tempat duduk (*benches*), dan fasilitas estetis lain. Ruang ini biasanya dikembangkan di tanah milik pribadi atau tanah tak bertuan yang tidak pernah dirawat.

8. Jalur Hijau dan Jalan Taman (*Greenways & Parkways*)

Jalan untuk pejalan kaki (*pedestrian*) atau jalur sepeda (*bicycle paths*) yang menghubungkan tempat-tempat rekreasi dan alam terbuka

9. Ruang Terbuka di Lingkungan Rumah (*Neighborhood Open Spaces*)

Ruang terbuka yang mudah dicapai dari rumah, seperti sisa kapling di sudut jalan atau tanah kosong yang belum dimanfaatkan yang kemudian dipakai sebagai tempat bermain bagi anak-anak atau tempat berkomunikasi bagi remaja dan orang dewasa.

10. *Waterfront*

Ruang ini bisa berupa palabuhan, pantai, bantaran sungai, bantaran danau, atau dermaga. Ruang publik ini berada di sepanjang rute aliran air di dalam kota yang dikembangkan sebagai taman untuk *waterfront*.

2.2.5 Hak-hak Penggunaan pada Ruang Publik (*Right of Use*)

Adapun hak-hak seorang anggota masyarakat terhadap suatu ruang publik (Stephen Carr, 1992: 132) adalah sebagai berikut:

1. Kebebasan untuk mengakses
Kebebasan untuk memasuki suatu ruang publik merupakan hak yang paling mendasar. Dimana diantaranya dapat dilakukan dengan menghindari adanya *barrier* fisik, menghindari *visual barrier* misalnya dinding serta tanda-tanda untuk mencapai fasilitas dengan mudah terlihat dari pintu masuk.
2. Kebebasan untuk melakukan aktivitas/kegiatan
Berkenaan dengan kebebasan untuk menggunakan dan melakukan aktivitas yang diinginkan, tetapi dengan suatu kesadaran bahwa ruang publik merupakan suatu ruang untuk bersama dan sesuai dengan peraturan dan hukum yang berlaku. Upaya yang dapat dilakukan diantaranya melalui penekanan ruang-ruang multifungsi, *zoning* areal kegiatan dan melindungi kegiatan kelompok-kelompok khusus seperti orang tua maupun taman bermain untuk anak-anak kecil.
3. Kebebasan untuk melakukan pengakuan
Pengakuan atau tuntutan (*claim*) yang menggambarkan hak individu atau kelompok dalam menggunakan ruang untuk kepentingan pribadi.
4. Kebebasan untuk melakukan perubahan
Perubahan adalah dimensi yang penting dalam kesuksesan suatu ruang publik. Kemampuan suatu tempat untuk berkembang dan berubah sesuai dengan berjalannya waktu adalah kualitas penting dalam lingkungan hidup yang baik. Perubahan yang dapat dilakukan diantaranya meliputi jangka pendek misalnya menyediakan ruang untuk pertemuan, piknik maupun menyediakan peralatan khusus untuk permainan dan jangka panjang, misalnya tambahan untuk ruang bermain anak, kegiatan seni dalam jangka waktu lama maupun dengan penggunaan tanaman yang hijau dan areal tanaman tahunan.

2.3 Sektor Informal

2.3.1 Konsep Sektor Informal

Istilah sektor informal pertama kali diperkenalkan oleh Keith Hart melalui penelitiannya di Kota Acra dan Nima, Ghana pada tahun 1971. Konsep sektor informal dari Hart kemudian diterapkan dan dikembangkan oleh ILO dalam penelitian di delapan

kota di dunia, yaitu Free Town (Sieraa Leone), Lagos dan Kana (Nigeria), Kumasi (Ghana), Kolombo, Jakarta, Manila, Kordoba, dan Campina (Brazil).

Sektor informal dan aktivitas (ekonomi) informal telah dibedakan dengan sangat tegas dalam khasanah ilmu ekonomi. Untuk konteks aktivitas ekonomi informal setidaknya terdapat empat sektor produksi (Yustika, 2000: 190), antara lain :

1. Sektor Rumah Tangga

Sektor ini memproduksi barang dan jasa yang kemudian didistribusikan atau dikonsumsi dalam sektor rumah tangga sendiri. Karakteristik penting dari sektor ini adalah produksi yang dihasilkan tidak diperdagangkan dan ketiadaan transaksi pasar sehingga sulit dinilai.

2. Sektor Informal

Sektor ini dicirikan sebagai produsen skala kecil, menggunakan tenaga kerja sendiri untuk produksi barang, serta banyak berkecimpung dalam kegiatan bisnis, transportasi, dan penyediaan jasa. Biasanya *output* dari sektor informal ini dijual sebagai barang dan jasa antara kepada produsen lain atau sebagai barang dan jasa akhir yang langsung untuk dikonsumsi, dengan begitu dalam sektor informal sudah terdapat transaksi pasar.

3. Sektor *Irreguler*

Sektor ini dicirikan sebagai kegiatan yang sebagian merupakan tindakan-tindakan ilegal (melawan hukum), seperti penggelapan pajak, pelanggaran regulasi, dan ketiadaan jaminan sosial. Barang dan jasa dari *output* ini sepenuhnya legal, tetapi dalam pengadaan produksi maupun distribusi mengandung pelanggaran hukum.

4. Sektor Kriminal

Pada sektor ini seluruh barang dan jasa adalah ilegal, seperti pencurian, obat-obat terlarang, maupun prostitusi.

Pada kalangan para pemerhati dan peneliti tentang sektor informal telah memiliki semacam konsensus (tidak tertulis) perihal dua hal. Pertama, bahwa sektor informal pada hakekatnya merupakan konsep ekonomi, sehingga kegiatannya dapat dikelompokkan menurut klasifikasi lapangan usaha. Kedua, bahwa yang dianalisis adalah perilaku “unit usaha” dan bukan “keluarga” atau “individu”. Terhadap unit usaha yang skalanya paling kecil (swakarya atau mandiri) maka perilaku unit usaha akan identik dengan perilaku individu (Hidayat, 1996: 6).

Konsep operasional yang mungkin dapat dipakai dalam membatasi siapakah yang tergolong ke dalam sektor informal adalah (Firdausy, 1995: 9):

1. Unit usaha yang kecil.
2. Pola kegiatannya tidak teratur baik dalam arti waktu, permodalannya dan penerimaannya.
3. Tidak mempunyai tempat yang tetap atau keterikatan dengan usaha lain.
4. Tidak membutuhkan keahlian dan ketrampilan khusus, sehingga secara luas dapat menyerap bermacam-macam tingkatan angkatan kerja.
5. Modal, peralatan dan perlengkapan maupun omzetnya kecil dan diusahakan atas dasar hitungan harian.
6. Tidak tersentuh oleh peraturan atau ketentuan-ketentuan yang ditetapkan oleh pemerintah sehingga sering dikatakan “liar”.

2.3.2 Pengertian dan Ciri-ciri Sektor Informal

Sektor informal berkembang karena pertumbuhan kesempatan kerja di sektor formal tidak secepat laju pertumbuhan pencari kerja (Soedarsono, 1985). Oleh karena itu inti dari timbulnya sektor informal di perkotaan adalah karena alasan kesempatan kerja. Hampir setengah dari angkatan kerja di kota bekerja di sektor informal, yang berarti sektor tersebut memberikan sumbangsih kepada *regional income* kota. Dilihat dari ketahanan nasional adanya sektor informal kota dapat membantu stabilisasi di sektor perburuhan karena sektor tersebut menghasilkan barang dan jasa yang dikonsumsi oleh tenaga kerja rendahan yang bekerja di sektor formal (sering pula dikonsumsi oleh tenaga kerja berpenghasilan tinggi).

Sektor informal terdiri dari unit-unit usaha berskala kecil yang menghasilkan dan mendistribusikan barang dan jasa dengan tujuan pokok menciptakan kesempatan kerja dan pendapatan bagi diri sendiri dan dalam usahanya itu sangat dihadapkan berbagai kendala seperti faktor modal, faktor fisik, faktor pengetahuan, dan faktor ketrampilan (Sethuraman, 1981).

Sampai saat ini para peneliti belum berhasil merumuskan secara tajam apa yang dimaksud dengan sektor informal, yang sudah dilakukan adalah menandai kegiatan-kegiatan ekonomi yang mencerminkan ciri-ciri tertentu. Oleh karena itu secara umum pengertian sektor informal dapat diuraikan melalui beberapa ciri/karakter yang dimilikinya. Sektor informal ditandai dengan ciri-ciri sebagai berikut (Hart dan ILO dalam Prisma, 1985: 6):

1. Bersifat padat karya
2. Didominasi oleh hubungan kekeluargaan/ kekerabatan
3. Pendidikan formal cenderung rendah
4. Skala kegiatan kecil
5. Tidak adanya proteksi dari pemerintah
6. Keahlian dan keterampilan rendah
7. Mudah dimasuki atau dilakukan oleh siapa saja
8. Memiliki pola berubah-ubah atau tidak stabil
9. Tingkat pendapatan tidak sepenuhnya dibenarkan

Ciri-ciri tersebut dipandang sebagai suatu cara paling mudah dalam membuat batasan atau pengertian sektor informal. Mengacu pada ciri-ciri tersebut, garis besar kegiatan sektor informal digolongkan menjadi 6 kategori (Prisma, 1985: 6), yaitu :

1. Kegiatan perdagangan
2. Kegiatan sektor jasa
3. Kegiatan industri pengolahan
4. Kegiatan angkutan
5. Kegiatan proyek pembangunan
6. Kegiatan sektor perbankan

Pengertian sektor informal semakin menambah kesan buram sektor informal. Disini keberadaan sektor informal mengarah pada kriminalitas. Dengan kata lain, sektor informal adalah kumpulan pedagang kecil, pedagang yang tidak terikat dan tidak terampil serta golongan-golongan lain dengan pendapatan rendah dan tidak tetap, hidup mereka serba susah dan semi kriminal pada batas-batas perekonomian kota. Seluruhnya menunjukkan betapa sektor informal tidaklah bersifat homogen per definisi kategori tertentu bahkan sebaliknya sangat heterogen (Bremen, 1980: 135).

Sedangkan di Indonesia pengertian umum tentang sektor informal meliputi tiga hal (Hidayat, 1983):

1. Sektor yang tidak meminta bantuan atau proteksi ekonomi dari pemerintah, seperti perlindungan tarif terhadap barang dan jasa yang dihasilkan, pemberian kredit dengan bunga yang relatif rendah, pembimbingan teknis dan ketatalaksanaan, perlindungan dan perawatan tenaga kerja, penyediaan teknologi, hak paten.
2. Sektor yang belum mempergunakan bantuan ekonomi pemerintah, meskipun bantuan itu telah tersedia.

- Sektor yang telah menerima dan serta menggunakan bantuan atau fasilitas yang disediakan oleh pemerintah, tetapi bantuan itu belum sanggup membuat unit usaha itu berdikari.

Adapun dari studi terdahulu (Magdalena dalam Yustika, 2000: 194-195) didapatkan ciri-ciri sektor informal adalah sebagai berikut :

- Kegiatan usahanya yang tidak terorganisir secara baik, karena unit usaha timbul tanpa menggunakan fasilitas atau kelembagaan yang tersedia di sektor informal.
- Pada umumnya unit usahanya tidak mempunyai ijin usaha.
- Pola kegiatan usaha yang tidak teratur dengan baik dalam arti lokasi maupun jam kerja.
- Pada umumnya kebijaksanaan pemerintah untuk membantu golongan ekonomi lemah tidak sampai pada sektor ini.
- Unit usaha berganti-ganti dari satu sub sektor ke sub sektor yang lain.
- Teknologi yang digunakan masih tradisional.
- Modal dan perputaran usaha relatif kecil, sehingga skala operasinya juga kecil.
- Untuk menjalankan usaha tidak diperlukan pendidikan formal, sebagian besar hanya diperoleh dari pengalaman sambil bekerja.
- Pada umumnya unit usaha termasuk "one man enterprise" dan walaupun pekerja biasanya berasal dari keluarga sendiri.
- Sumber dana modal usaha pada umumnya berasal dari tabungan sendiri atau dari lembaga keuangan yang tidak resmi.
- Hasil produksi atau jasa terutama dikonsumsi masyarakat berpenghasilan menengah ke bawah.

Berdasarkan uraian mengenai ciri-ciri sektor informal tersebut, dapat ditabulasikan secara detail pada Tabel 2.1 berikut:

Tabel 2.1 Ciri-ciri Sektor Informal

Aspek	Sektor Informal
1. Skala usaha	Kecil dan tidak berbadan hukum
2. Kelayakan usaha	Tidak ada/seadanya
3. Pembukuan usaha	Tidak ada/ sederhana
4. Perencanaan usaha	Ada sambil jalan
5. Permodalan	Kecil
6. Sumber modal	Milik sendiri/patungan, Bank plecit (lembaga keuangan tidak resmi)
7. Perputaran modal	Lambat
8. Pengakuan negara	Tidak ada/kecil
9. Perlindungan hukum	Tidak ada/kecil
10. Bantuan negara	Tidak ada/tidak sampai
11. Ijin usaha	Tidak resmi
12. Pemberi ijin	RT/RW/tetangga usaha

Aspek	Sektor Informal
13. Unit usaha	Mudah berganti
14. Kegiatan usaha	Kurang terorganisir
15. Organisasi	Kekeluargaan
16. Teknologi yang digunakan	Sederhana dan padat karya
17. Pendidikan formal	Tidak begitu diperlukan
18. Ketrampilan	Lebih banyak bukan dari lembaga formal
19. Jam kerja	Tidak tentu
20. Stok barang	Sedikit hingga sedang
21. Kualitas barang	Rendah hingga menengah
22. Omzet	Tidak tentu dan sulit diprediksi
23. Khalayak sasaran	Kelas bawah, menengah, hingga atas
24. Jumlah karyawan	Tidak tentu biasanya 1-5 orang
25. Hubungan kerja	Kekeluargaan dan saling percaya
26. Hubungan majikan karyawan	Kekeluargaan, teman, keluarga
27. Tempat usaha	Mudah berpindah-pindah tempat, sempit
28. Kontribusi terhadap negara	Relatif kecil
29. Karakteristik usaha	Mudah dimasuki

Sumber : Alisjahbana, 2003: 20

2.4 Pedagang Kaki Lima

2.4.1 Pengertian Pedagang Kaki Lima

Secara umum pengertian pedagang kaki lima berasal dari kata “kaki lima” atau *five feet* yang diistilahkan pada jaman pemerintahan Raffles, Gubernur Jenderal Pemerintahan Kolonial Belanda, sebagai jalur pejalan kaki di pinggir jalan dengan lebar 5 (lima) kaki. Ruang tersebut digunakan untuk kegiatan berjualan pedagang kecil yang selanjutnya dipakai untuk sebutan pedagang kaki lima atau tempat pedagang yang memanfaatkan trotoar (Anonimus, 2001: 63).

Pengertian pedagang kaki lima dapat dijelaskan melalui ciri-ciri umum (Kartono dkk, 1980: 3-7), yaitu :

1. Merupakan pedagang yang kadang-kadang juga sekaligus berarti produsen.
2. Ada yang menetap pada lokasi tertentu, ada yang bergerak dari satu tempat ke tempat lain (menggunakan pikulan, kereta dorong atau tempat stan yang tidak permanen serta bongkar pasang).
3. Menjajakan bahan makanan, minuman, barang-barang konsumsi lainnya yang tahan lama secara eceran.
4. Umumnya bermodal kecil, kadang hanya merupakan alat bagi pemilik modal dengan mendapatkan sekadar komisi sebagai imbalan atas jerih payahnya.
5. Kualitas barang-barang yang diperdagangkan relatif rendah dan bisanya tidak berstandar.
6. Volume peredaran uang tidak besar, para pembeli umumnya merupakan pembeli berdaya beli rendah.

7. Usaha skala kecil bisa berupa *family enterprise*, dimana ibu dan anak-anak turut membantu dalam usaha tersebut, baik secara langsung maupun tidak langsung.
8. Tawar menawar antara penjual dan pembeli merupakan relasi ciri yang khas pada usaha perdagangan kaki lima.
9. Dalam melaksanakan pekerjaannya ada yang secara penuh, sebagian lagi melaksanakan setelah kerja atau pada waktu senggang, dan ada pula yang melaksanakan secara musiman
10. Barang yang dijual biasanya merupakan *convenience goods* jarang sekali *speciality goods*.
11. Sering kali dalam suasana psikologis tidak tenang, diliputi perasaan takut kalau tiba-tiba kegiatan mereka dihentikan oleh Tim Penertiban Umum sebagai aparat pemerintah daerah.

Pedagang kaki lima adalah setiap orang yang melakukan kegiatan usaha pedagang/jasa yaitu melayani kebutuhan barang-barang/makanan yang dikonsumsi langsung oleh konsumen, yang dilakukan cenderung berpindah-pindah dengan kemampuan modal yang kecil/terbatas dalam melakukan usaha tersebut guna menggerakkan peralatan sederhana dan memiliki lokasi di tempat-tempat umum (terutama di atas trotoar, sebagian badan jalan) dengan tidak mempunyai legalitas formal (Kuntro dalam Purnama, 2003: 50).

Karakteristik pembeli dari perdagangan sektor informal didominasi oleh penduduk yang berpendapatan rendah (Mc Gee, 1975), walaupun secara faktual tidak selalu demikian. Pada kasus tertentu, para pedagang kaki lima tersebut juga melayani atau dapat didominasi oleh pembeli dari golongan penduduk berpendapatan menengah ke atas. Pada prinsipnya lokasi perdagangan diharapkan dapat meraup sebanyak mungkin konsumen. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat dimengerti bahwa jenis barang yang diperdagangkan serta cara menjajakan/menampilkan barang yang diperdagangkan akan memberikan pengaruh pada pemilihan lokasi tempat mangkalnya.

Disamping itu elemen waktu juga memberikan pengaruh dalam suatu kegiatan. Kondisi setiap lingkungan perkotaan selalu mengalami perubahan penampilan dari waktu. Hal ini berarti bahwa elemen waktu tidak terpisahkan dari aspek tempat atau *place* (Lynch, 1972). Konsep waktu dan tempat ini dapat dipandang sesuai dengan skala peninjauannya, yaitu dalam skala harian, mingguan, bulanan dan seterusnya. Bila dikaitkan dengan para pelakunya, konsep waktu tersebut dipengaruhi secara individual, institusional ataupun dalam arti kelompok sosial (Bourne, 1982), dalam hal ini

pedagang kaki lima sebagai suatu unsur pembentuk penampilan lingkungan sangat dipengaruhi oleh elemen waktu.

2.4.2 Karakteristik Pedagang Kaki Lima

1. Jenis Dagangan Pedagang Kaki Lima

Jenis barang yang diperdagangkan dapat digolongkan menjadi (Mc Gee, 1977: 81-82):

- a. Jenis bahan mentah dan setengah diolah, seperti buah-buahan atau sayuran dan sebagainya.
- b. Jenis bahan makanan jadi, seperti martabak, roti bakar dan sebagainya.
- c. Jenis bahan bukan makanan, seperti lukisan, kacamata dan sebagainya.
- d. Jenis barang berupa jasa, seperti reparasi.

2. Bentuk Sarana Perdagangan PKL

Ditinjau dari alat/sarana jual yang dipergunakan, maka kegiatan perdagangan kaki lima dapat dibagi menjadi lima tipe dasar (Wawoeroentoe, 1974), yaitu:

a. Hampan di lantai

Merupakan kelompok kegiatan pedagang kaki lima yang mempergunakan alat jual seperti tikar, kain, plastik, meja dalam bentuk sederhana, bakul atau yang sejenis sebagai alas untuk menjajakan barang dagangannya. Jika dikaitkan dengan cara melakukan kegiatannya, pedagang kaki lima dalam kelompok ini dapat dimasukkan ke dalam kelompok pedagang kaki lima berpindah.

b. Pikulan

Merupakan kelompok kegiatan perdagangan kaki lima yang mempergunakan sebuah atau dua buah keranjang dengan cara dipikul. Kelompok kegiatan dengan sarana jual pikulan merupakan suatu bentuk aktivitas perdagangan yang masih menunjukkan ciri-ciri tradisional. Jika dikaitkan dengan tata cara melakukan kegiatannya dapat digolongkan ke dalam kelompok pedagang kaki lima berkeliling atau berpeindah.

c. Meja/ songko

Merupakan kelompok kegiatan pedagang kaki lima yang mempergunakan meja/songko sebagai sarana penjualan barang yang diperdagangkan. Pada kelompok yang mempergunakan meja ada yang diberi pelengkap atap dan ada yang tidak. Fungsi atap tersebut adalah untuk melindungi barang maupun pedagang itu sendiri dari cuaca seperti panas, hujan ataupun dari gangguan debu. Bila dikaitkan dengan tata

cara melakukan kegiatan, kelompok ini dapat dimasukkan dalam kelompok pedagang kaki lima menetap.

d. Kereta dorong

Merupakan kelompok kegiatan perdagangan kaki lima yang mempergunakan sebuah kereta dorong sebagai sarana perdagangannya. Alat ini pun ada yang dilengkapi dengan atap, ada yang tidak dan ada yang diberi tenda. Bila dikaitkan dengan tata cara pelaksanaan kegiatannya, kelompok ini dapat dimasukkan ke dalam kelompok pedagang kaki lima menetap. Penggunaan alat kereta dorong banyak dipakai oleh pedagang kaki lima yang memerlukan kemudahan dalam mengangkut barang dagangannya.

e. Kios

Merupakan kelompok kegiatan perdagangan kaki lima yang mempergunakan kios sebagai sarana penjualannya. Bentuk kios ini dapat dikatakan mempunyai tingkatan yang lebih maju dibandingkan dengan bentuk sarana jual yang lain. Kios yang dipergunakan ada yang berupa kios permanen ataupun semi permanen. Bila dikaitkan dengan tata cara pelaksanaan kegiatannya, kelompok ini dapat dimasukkan ke dalam kelompok pedagang kaki lima menetap.

Selanjutnya sarana usaha pedagang kaki lima dapat dibedakan lagi menjadi tiga (Mc. Gee dan Yeung, 1977: 82-83), yaitu:

a. Non Permanen (*Mobile Hawker Units*)

Adalah tipe yang mewakili berbagai bentuk sarana dagang yang mudah dibawa atau bergerak mulai dari sepeda sampai dengan keranjang.

b. Semi Permanen (*Semistatic Hawker Units*)

Adalah tipe dimana sarana digerakkan setelah waktu cukup lama.

c. Permanen (*Static Hawker Units*)

Adalah tipe dimana sarana dagang didirikan secara permanen di jalan atau ruang publik.

3. Ruang Aktivitas PKL

Ruang aktivitas adalah suatu wadah atau ruang yang terbentuk oleh elemen arsitektural, yang didalamnya terkandung dan terdapat fungsi, maksud, tujuan dan kehendak manusia (Ashihara dalam Devitasari, 2003: 38).

Pedagang kaki lima pada umumnya cenderung untuk beraktivitas secara berkelompok pada suatu area yang memiliki tingkat intensitas aktivitas yang tinggi, seperti pusat-pusat hiburan, pasar, taman, maupun pada simpul-simpul jalur

transportasi (Mc. Gee dan Yeung, 1977: 61). Berdasarkan penelitiannya (Bromley dalam Manning dan Effendi, 1996: 232) mengenai sektor informal di Cali, Colombo, dimana para pedagang sektor informal dijumpai di semua sektor kota, terutama berpusat di tengah kota dan pusat-pusat hiburan lainnya ketika ada pertunjukan sehingga menarik sejumlah besar penduduk.

Dari pendapat di atas dapat diketahui bahwa pedagang kaki lima cenderung memilih ruang tempat beraktivitasnya pada lokasi-lokasi strategis yang tingkat kunjungannya tinggi seperti pusat-pusat aktivitas di suatu kota. Kecenderungan ini berkaitan dengan salah satu fungsi pemasaran yakni mendekatkan komoditi kepada konsumen (*place utility*). Pedagang kaki lima selalu berusaha agar barang dagangannya terjual, untuk itu memilih tempat berjualan yang umum dan banyak didatangi pengunjung seperti jalan raya, emperan toko dan pasar-pasar (Ramli, 1992: 38).

Aktivitas pedagang kaki lima di perkotaan merupakan pendukung aktivitas dari aktivitas-aktivitas yang ada (*activity support*). Dimana aktivitas pedagang kaki lima muncul karena adanya aktivitas-aktivitas fungsional kota (Shirvani dalam Devitasari, 2003: 38). Dalam observasinya mengenai pedagang kaki lima di Jakarta dan Surabaya (Rachbini dan Hamid dalam Devitasari, 2003: 38), ditemukan adanya kecenderungan bahwa setiap berdiri gedung bertingkat di Jalan Sudirman Jakarta maka muncullah sejumlah pedagang kaki lima berderet sepanjang jalan. Aktivitas pedagang kaki lima ini bertujuan untuk melayani para karyawan atau pegawai yang bergaji rendah. Jadi dimana ada aktivitas-aktivitas fungsional, pedagang kaki lima siap menawarkan jasanya yang juga mendukung aktivitas utama tersebut.

Sesuai dengan uraian di atas, dapat terlihat pada kenyataan pedagang kaki lima pada umumnya menempati ruang umum atau ruang privat yang ada di kota. Ruang umum atau disebut juga ruang publik merupakan tempat berkumpulnya warga kota untuk melakukan aktivitas-aktivitas yang dapat memperkuat ikatan sebagai suatu komunitas (Devitasari, 2003: 39). Ruang umum merupakan ruang milik pemerintah yang diperuntukkan bagi kepentingan masyarakat luas. Seperti trotoar, taman kota, ruang terbuka termasuk fasilitas atau sarana kota seperti halte, jembatan penyeberangan dan lain sebagainya. Ruang privat adalah ruang yang dimiliki oleh pemilik toko, perkantoran, dan lain-lain. Penggunaan ruang-ruang ini kemudian menjadi *conflict of interest* atau permasalahan-permasalahan yang timbul akibat

keberadaan pedagang kaki lima mulai dari pemanfaatan ruang publik sampai kepada kemerosotan fisik kota.

Beberapa kriteria sebagai tolak ukur kesesuaian ruang aktivitas PKL pada suatu kawasan pusat kota, antara lain :

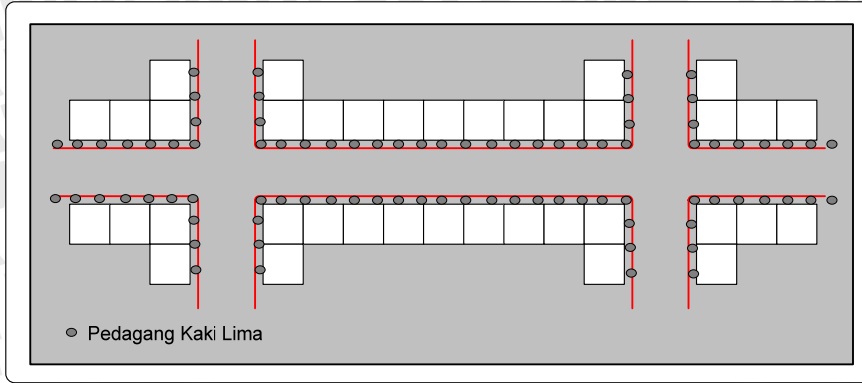
- a. Lokasi tersebut memiliki ruang untuk aktivitas PKL dengan ukuran lebar minimal ruang usaha yang dipakai PKL di kawasan ditambah 2 meter ruang untuk pejalan.
- b. Lokasi PKL mudah dilihat dan berada pada lokasi yang sering dikunjungi orang (tingkat kunjungan tinggi).
- c. Ruang aktivitas PKL yang dikembangkan harus sesuai dengan guna lahan yang telah ditentukan pemerintah.
- d. Ruang aktivitas PKL keberadannya tidak melanggar ketentuan-ketentuan teknis dalam pembangunan.
- e. Aktivitas PKL pada suatu ruang mempunyai interaksi dengan aktivitas formal di sekitarnya (memiliki hubungan yang saling mendukung).
- f. Keberadaan PKL diterima oleh masyarakat sekitar (rasa aman masyarakat tidak terganggu) dan memiliki batas sosial dengan jarak minimal 1,2 meter dari bangunan tempat masyarakat tinggal.
- g. Ruang aktivitas PKL mendapat dukungan masyarakat (terutama masyarakat sekitar lokasi PKL).

4. Pola penyebaran PKL

Terdapat dua jenis pola penyebaran PKL (Mc. Gee dan Yeung, 1977: 37) yaitu sebagai berikut :

- a. Pola penyebaran memanjang (*linear concentration*)

Dipengaruhi oleh pola jaringan jalan utama atau jalan-jalan penghubungnya yang memiliki aksesibilitas tinggi sehingga berpotensi untuk mendatangkan konsumen.

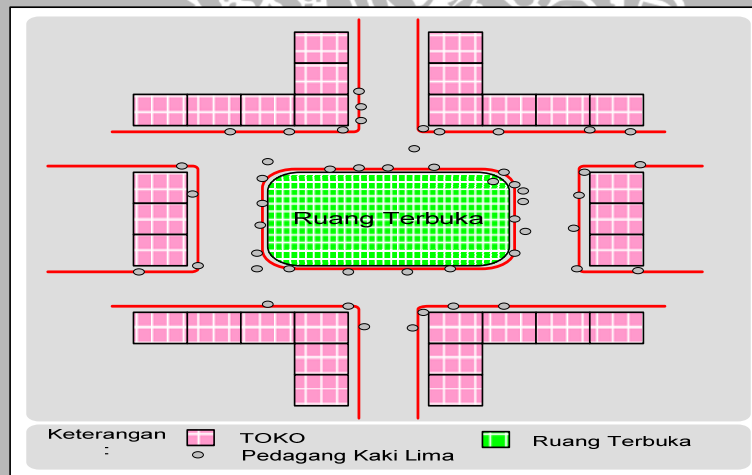


Gambar 2.1 Pola penyebaran memanjang (linear)

Sumber : Mc. Gee dan Yeung, 1977: 37

b. Pola penyebaran mengelompok (*focus agglomeration*)

Pola penyebaran ini dijumpai pada ruang-ruang terbuka, taman, lapangan dan sebagainya. Pola ini dipengaruhi oleh pertimbangan faktor aglomerasi yaitu keinginan penjaja untuk melakukan pemusatan/ pengelompokan penjaja sejenis dengan sifat dan komoditas sama untuk lebih menarik minat pembeli.



Gambar 2.2 Pola penyebaran mengelompok

Sumber : Mc. Gee dan Yeung, 1977: 37

5. Pola pelayanan aktivitas PKL

a. Fungsi pelayanan PKL

Sehubungan dengan fungsi yang dimiliki oleh kegiatan perdagangan kaki lima, secara umum memiliki 4 (empat) fungsi (Noegraha, 1986), yaitu :

1. Fungsi pelayanan perdagangan eceran

Perdagangan kaki lima yang tergolong ekonomi lemah mempunyai fungsi perdagangan eceran, maksudnya kegiatan ini langsung dikonsumsi oleh

konsumen. Hal ini karena kegiatan tersebut mempunyai kegiatan perekonomian skala kecil, maka barang dan atau jasa yang dihasilkan biasanya terbatas yang tergantung dari modal maupun keterampilan yang dimiliki. Pada umumnya setiap unit usaha menyediakan barang secara spesifik, satu atau dua barang. Selain itu barang yang disediakan juga sangat beragam sifatnya, mulai dari kelompok barang primer (barang kebutuhan sehari-hari seperti sayur-sayuran, bumbu masak dll), sampai barang-barang sekunder (barang bukan kebutuhan sehari-hari seperti sepatu, buah-buahan dan jasa).

Faktor yang mendorong munculnya kegiatan tersebut adalah karena pedagang kaki lima dapat menyediakan barang yang relatif murah dibandingkan dengan harga barang di toko. Begitu pula stratifikasi penduduk yang memanfaatkan kegiatan ini sangat beragam, dari golongan pendapatan rendah sampai tinggi.

2. Fungsi pelayanan jasa

Selain sebagai unit usaha yang menyediakan barang, ada pedagang kaki lima yang menyediakan pelayanan jasa. Tetapi unit usaha ini relatif lebih sedikit bila dibandingkan dengan kelompok yang pertama yang mempunyai fungsi komersial (pedagang eceran), karena memerlukan keterampilan khusus untuk membuka usaha tersebut. Termasuk dalam kelompok ini misalnya : tukang tambal ban, tukang reparasi, tukang stempel dan lain-lain.

Faktor pendorong timbulnya kegiatan ini adalah sifat pelayanan jasa yang disediakan kurang atau tidak dimungkinkan disediakan oleh sektor formal, disamping itu lokasi kegiatannya juga pada tempat-tempat tertentu saja.

3. Fungsi pelayanan hiburan

Kegiatan perdagangan kaki lima mempunyai fungsi sosial sebagai tempat hiburan, yang berarti mempunyai fungsi hiburan yaitu dalam arti bisa memberikan suatu suasana yang menyenangkan atau memiliki ciri yang khas, yang kebanyakan dimiliki oleh kegiatan perdagangan kaki lima yang melakukan aktivitas pada malam hari. Fungsi yang sebenarnya muncul sebagai akibat sampingan dari kegiatan hiburan dan sifat kegiatan formal dalam melakukan aktivitasnya, dimana kegiatan perdagangan kaki lima malam hari ini dapat beroperasi sampai tengah malam atau dini hari sementara kegiatan formal terbatas waktu kerjanya. Keadaan ini mendorong minat para pedagang untuk menggantikan fungsi tersebut.

4. Fungsi pelayanan sosial ekonomi

Fungsi ini dapat dilihat dari dua sisi, yaitu sisi pemerintah dan sisi pedagang.

Bagi pemerintah keberadaan pedagang kaki lima dapat mengurangi pengangguran karena lapangan pekerjaan ini bersifat padat karya. Sedangkan dari sisi pedagang merupakan sumber penghasilan terakhir yang dapat dikerjakan oleh pedagang atau sebagai sumber pendapatan tambahan.

b. Golongan pengguna jasa PKL

Golongan pengguna jasa PKL yang dilayani oleh aktivitas jasa PKL pada umumnya terdiri dari golongan pendapatan menengah ke bawah. Hal ini disebabkan karena harga yang ditawarkan oleh pedagang sektor informal relatif lebih rendah sehingga terjangkau bagi golongan pendapatan rendah sekalipun. Sedangkan bagi golongan berpendapatan tinggi ada kecenderungan untuk tidak mengunjungi lokasi aktivitas PKL, terutama untuk jenis barang dagangan bukan makanan. Pertimbangannya adalah segi kualitas barang yang biasanya lebih rendah, adanya kemungkinan penipuan dalam hal kualitas barang yang biasanya lebih rendah, adanya kemungkinan penipuan dalam hal kualitas barang, dan sebagainya. Sehingga golongan ini lebih memilih untuk berbelanja di toko atau supermarket. Selain alasan tersebut, dari sisi psikologis ada kecenderungan gaya hidup masyarakat kota yang selalu menjaga gengsi, sehingga mereka lebih percaya diri apabila berbelanja di tempat-tempat yang dapat mewakili status mereka. Walaupun demikian tidak tertutup kemungkinan bahwa masyarakat berpendapatan menengah ke atas mendatangi lokasi aktivitas perdagangan sektor informal, tetapi ini terjadi sekali waktu atau bersifat insidental.

Sekitar dua juta buruh atau pegawai sektor informal (swasta maupun negeri) di Jakarta kurang lebih satu setengah juta membeli makanan dari sektor informal. Hanya dengan cara ini mereka dapat bertahan dalam kondisi gaji di sektor informal yang rata-rata rendah. Kondisi ini juga menunjukkan adanya hubungan antara sektor formal dan informal (Rachbini dan Hamid, 1994: 92).

c. Skala pelayanan aktivitas PKL

Skala pelayanan suatu aktivitas jasa pedagang sektor informal dapat diketahui dari asal pengguna jasa. Besar kecilnya skala pelayanan tergantung dari jauh dekatnya pengguna jasa tersebut. Semakin dekat asal pengguna, maka skala

pelayanan semakin kecil, sebaliknya semakin jauh asal pengguna jasa tersebut, maka skala pelayanan semakin besar (Manning dan Effendi, 1996: 366-372).

d. Waktu pelayanan aktivitas PKL

Berdasarkan temuan pada penelitian terdahulu terhadap “*hawkers*” di kota-kota Asia Tenggara (Mc Gee dan Yeung, 1977: 76), pola aktivitas PKL menyesuaikan terhadap irama dari ciri kehidupan masyarakat sehari-hari. Penentuan periode waktu kegiatan PKL didasarkan pula atau sesuai dengan perilaku kegiatan formal. Adapun perilaku kegiatan keduanya cenderung sejalan, walaupun pada saat tertentu kaitan aktivitas keduanya lemah atau tidak ada hubungan langsung antar keduanya..

Saat teramai pada suatu waktu pelayanan dipengaruhi oleh orientasi jasa terhadap pusat-pusat kegiatan di sekitarnya. Saat teramai bagi aktivitas pedagang sektor informal di dekat pusat-pusat perbelanjaan akan berbeda dengan saat-saat ramai di dekat kawasan wisata, kawasan permukiman, kawasan perkantoran, dan sebagainya.

2.4.3 Tinjauan Aspek Penentuan Lokasi PKL

1. Kedekatan lokasi usaha PKL dengan tempat tinggal

Preferensi pemilihan rumah tinggal dibedakan berdasarkan tingkat penghasilan masyarakat. Masyarakat berpenghasilan rendah lebih memilih rumah tinggal yang dekat dengan tempat kerja, berbeda dengan golongan masyarakat atas yang lebih mementingkan aspek kenyamanan dan ketersediaan fasilitas sosial sebagai prioritas utama dalam memilih lokasi tempat tinggal (Turner dalam Widodo, 2000: 98). Berkaitan dengan hal tersebut, maka PKL sebagai kelompok masyarakat yang dominan berpenghasilan rendah, tentunya akan berusaha memilih lokasi usaha sedekat mungkin dengan tempat tinggal mereka. Jarak lokasi usaha sedekat mungkin dengan tempat tinggal mereka. Jarak lokasi PKL dengan tempat tinggal pedagang dapat dilihat sebagaimana tabel berikut :

Tabel 2.2 Kriteria Kedekatan Lokasi Usaha dengan Tempat Tinggal PKL

Jarak	Kriteria
Kurang dari 1 km	Dekat
1 s/d 5 km	Sedang
Lebih dari 5 km	Jauh

Sumber : Purnama, 2003 : 57

Hasil penelitian terdahulu (Rachbini dan Hamid, 1994: 101) juga turut mendukung adanya keterkaitan antara jarak lokasi dengan rumah tempat tinggal para PKL. Menurut mereka, terdapat korelasi yang tinggi antara lokasi usaha dengan

tempat tinggal, atau dengan kata lain PKL akan bertempat tinggal dimana saja asal jaraknya dekat dengan lokasi usahanya.

Seperti penelitian terdahulu (Sugiono, 1998: 10) bahwa faktor-faktor yang memperkecil modal adalah faktor jarak tempat kerja dengan tempat tinggal. Mereka harus dekat dengan lokasi usaha, apabila tidak ingin dililit besarnya ongkos transportasi.

2. Kemudahan memperoleh angkutan

Kemudahan dan kedekatan dalam wilayah suatu kota berfungsi memperlancar pertukaran barang dan jasa. Berbagai macam kegiatan ekonomi yang berada dalam suatu wilayah, apabila didukung dengan sistem angkutan kota, maka kegiatan ekonomi tersebut akan berkembang dengan lebih pesat (Reksohadiprojo, 1994: 95).

Daya tarik pada suatu fasilitas perdagangan bagi konsumen (pembeli) adalah adanya faktor kemudahan yaitu baik transportasi umum (biaya, waktu dan frekwensi) maupun transportasi pribadi (parkir, aksesibilitas, kondisi lalu lintas, jalan parkir) (Nelson, 1958).

Dalam penelitiannya mengenai sektor informal PKL di Kota Ujung Pandang (Dean dalam Manning, 1996: 348), bahwa terdapat kaitan yang erat antara persebaran lokasi sektor informal PKL dengan jaringan transportasi, dimana sektor informal tumbuh pesat di sepanjang jalan besar dan memerlukan sarana dan prasarana transportasi untuk melayani penduduk.

Dalam teori lokasi yang mengemukakan tentang transportasi disebutkan bahwa penting untuk menentukan lokasi sedemikian rupa sehingga diperoleh biaya angkutan yang minimum (Djojodipuro, 1992: 30). Hal ini berkait pula dengan ketersediaan sarana transportasi, baik bagi PKL bersangkutan maupun pembeli/konsumen. Aktivitas perekonomian kota umumnya merupakan tempat yang mudah dijangkau oleh masyarakat dan pelaku kegiatan. Penempatan lokasi kegiatan ekonomi yang tidak mudah dijangkau, dalam arti sarana transportasi yang tersedia kurang/tidak memadai merupakan faktor penyebab kegagalan bagi pelaku yang terlibat di dalamnya.

3. Kedekatan lokasi usaha PKL dengan pusat kegiatan/keramaian kota

Aspek kedekatan (*proximity*) antara PKL dengan pusat kegiatan/keramaian kota ditunjukkan dengan lokasi aktivitas mereka yang cenderung menempati kawasan perdagangan, rekreasi, perkantoran, rumah sakit, sekolah, dan tempat-tempat

keramaian lainnya yang bersifat temporer. Hal ini menjelaskan bahwa PKL mempunyai kecenderungan untuk memasarkan barang dagangannya sedekat mungkin dengan calon pembeli.

Dalam memilih lokasi bagi aktivitas usahanya, PKL akan berusaha untuk selalu mendekati pasar atau pembeli. Mereka akan berusaha agar barang atau jasa yang dijual terlihat oleh pembeli (Bromly dalam Manning dan Effendi, 1996: 236). Oleh karena itu mereka akan memilih lokasi-lokasi yang strategis dan menguntungkan di pusat kota atau di suatu lokasi yang merupakan lokasi aktivitas masyarakat. Sehingga kehadiran PKL banyak dijumpai di sekitar lokasi aktivitas perdagangan, pendidikan, perkantoran, dan aktivitas sosial masyarakat lainnya.

Dalam teori lokasi juga disebutkan bahwa bagi pedagang terdapat kecenderungan untuk berorientasi kepada konsentrasi konsumen dalam menentukan lokasi tempat usaha (Djojodipuro, 1992: 30).

Adapun kriteria kedekatan lokasi usaha PKL dengan pusat kegiatan/keramaian kota dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2.3 Kriteria Kedekatan Lokasi Usaha PKL dengan Pusat Kegiatan Kota

Jarak	Kriteria
Kurang dari 100 m	Dekat
Antara 100 m s/d 500 m	Sedang
Lebih dari 500 m	Jauh

Sumber : Purnama, 2003 : 57

Keberadaan PKL tersebut tidak lepas dari adanya keterkaitan antara sektor formal dan sektor informal. Semakin berkembang sektor formal, semakin berkembang pula sektor informal (Budihardjo, 1993: 54).

Pada penelitian sebelumnya (Swasono dalam Rachbini, 1994: 92) bahwa secara struktural kehadiran sektor informal dibutuhkan atau dapat dikatakan sebagai penyangga sektor formal, dan pada penelitian yang lain (Wirahadikusuma, 1991: 31), sektor ini disebut sebagai *bumper* bagi sektor kapitalis, yang disamping mempunyai fungsi produksi juga fungsi konsumsi.

Berdasarkan hasil studi terdahulu (Joedo dalam Widjajanti, 2000: 35) disebutkan bahwa penentuan lokasi yang diminati oleh sektor informal atau pedagang kaki lima adalah sebagai berikut :

- Terdapat akumulasi orang yang melakukan kegiatan bersama-sama pada waktu yang relatif sama, sepanjang hari.

- Berada pada kawasan tertentu yang merupakan pusat-pusat kegiatan perekonomian kota dan pusat non ekonomi perkotaan, tetapi sering dikunjungi dalam jumlah besar.
- Mempunyai kemudahan untuk terjadi hubungan antara pedagang kaki lima dengan calon pembeli, walaupun dilakukan dalam ruang relatif sempit.
- Tidak memerlukan ketersediaan fasilitas dan utilitas pelayanan umum.

PKL beraglomerasi pada simpul-simpul pada jalur pejalan yang lebar dan tempat-tempat yang sering dikunjungi orang dalam jumlah besar yang dekat dengan pasar publik, terminal, daerah komersial (Mc. Gee dan Yeung, 1977: 108).

Ditinjau dari sudut kepentingan masyarakat khususnya para konsumen, berdasarkan penelitian terdahulu (Nelson, 1958: 40) ada beberapa prinsip yang perlu diperhatikan dalam merencanakan lokasi perdagangan eceran, antara lain:

- Kenyamanan tempat penjualan
- Kemudahan aksesibilitas (sarana transportasi)
- Berada pada pusat perdagangan

Dari hasil survei IDRC (McGee dan Yeung, 1977: 51-56), penentuan lokasi sektor informal diharapkan menempati lokasi yang sesuai dengan rencana penataan pada masing-masing kota yang mana disesuaikan dengan kondisi eksisting dan karakteristik pedagang kaki limanya. Kebijakan yang telah diambil oleh pemerintah daerah/kota setempat dapat dikelompokkan ke dalam 3 (tiga) jenis yaitu :

a. Relokasi/pemugaran

Yaitu pemugaran suatu lokasi baik untuk dijadikan suatu bentuk fungsional baru yang berbeda dari yang semula maupun berupa perbaikan dari kondisi yang ada. Kelompok sektor informal yang semula menempatnya dikeluarkan dari tempat tertentu, sementara tempat usaha mereka sedang diperbaiki atau dibangun kembali dan apabila telah selesai maka mereka dapat kembali berusaha/berjualan di tempat tersebut. Relokasi dapat diterima sepanjang tidak mengganggu hubungan dengan konsumen dari pedagang kaki lima.

b. Stabilisasi/pengaturan

Dalam hal ini stabilisasi dimaksudkan sebagai upaya dalam menata keberadaan sektor informal pada suatu lokasi. Salah satu tindakan yang dilakukan adalah pengaturan kembali pedagang kaki lima agar harmonis dan tidak mengganggu

fungsi kota di lingkungan sekitar, tempat mereka melakukan usahanya. Dan dasar pertimbangan operasionalnya adalah adanya akses bagi aliran konsumen.

Dalam upaya pengaturan dan penataan ruang bagi sektor informal terdapat beberapa alternatif yang didasarkan pada pengalaman-pengalaman yang pernah diterapkan atau dilakukan pada berbagai kota di Asia Tenggara diantaranya adalah:

- Peruntukkan dalam ruang terbuka (*open market*)
Merupakan ruang pelataran terbuka yang secara khusus disediakan bagi aktivitas perdagangan informal dan dimaksudkan untuk kemudahan pergerakan konsumen dalam menggunakan jasa pelayanan pedagang kaki lima dan tidak mengganggu fungsi kota di lingkungan lokasi tempat berjualan tersebut.
 - Pembebasan/penutupan jalan-jalan tertentu
Yaitu dengan menutup jalan-jalan tertentu dan menutup sirkulasi kendaraan bermotor dan kendaraan tak bermotor dan selanjutnya hanya diperuntukkan bagi pejalan kaki dan penampungan perdagangan kaki lima. Upaya ini biasanya bersifat sementara dan dilakukan pada waktu-waktu tertentu.
 - Pemanfaatan bagian tertentu dari jalan/trotoar
Dengan menempatkan pedagang kaki lima di atas sebagian trotoar pada jalan-jalan tertentu yang telah dipilih dan tidak mengganggu aktivitas lingkungan sekitar serta sirkulasi lalu-lintas.
 - Multifungsi ruang terbuka (taman, lapangan, area parkir dan sebagainya)
Yaitu pemanfaatan ruang terbuka di sekitar kawasan perbelanjaan atau pusat keramaian untuk penampungan aktivitas perdagangan kaki lima pada waktu-waktu tertentu ketika tidak/kurang dimanfaatkan.
- c. Pemandahan (*removal*)
Dimaksudkan untuk pemindahan sektor informal ke lokasi yang telah ditentukan berdasarkan penelitian sebelumnya. Pemindahan ke lokasi tetap ini dapat berupa pasar resmi atau sebuah lokasi khusus yang ditetapkan sebagai lokasi sektor informal. Adapun upaya memindahkannya secara permanen ke dalam pasar yang telah dilakukan pada beberapa kota, terdapat kendala yaitu pertama rancangan bangunan yang tidak sesuai. Dimana rancangan fisik pasar sangat penting bagi kebutuhan yang bermacam-macam dan tipe yang berbede-beda pula.

Kedua, adalah faktor finansial yaitu terkait dengan tarif sewa ruang di dalam pasar yang tinggi sehingga salah satu alternatif pemecahannya adalah dengan

membuat ruang-ruang kecil untuk menekan harga sewa namun hal tersebut juga masih terdapat kendala yaitu jenis komoditas dagangannya. Sehingga apabila dilakukan upaya memindahkan sektor informal ke pasar legal, maka pertimbangannya adalah rancangan bangunan pasar yang sesuai dan akomodatif, tingkat harga sewa yang memadai, rencana yang terperinci, dan jarak lokasi berjualan dari tempat berjualan semula.

2.4.4 Pengelolaan Struktural Pedagang Kaki Lima

Berdasarkan penelitian terdahulu (McGee dan Yeung, 1977: 56–60), yang dilakukan pada beberapa negara berkembang bahwa pemerintah kota selain menerapkan pengelolaan lokasional, tapi juga melakukan pengelolaan struktural diantaranya:

1. Perijinan

Hal ini didasarkan menurut jenis barang/jasa yang ditawarkan, waktu usaha serta lokasi tertentu. Perijinan bagi aktivitas PKL dalam melakukan usahanya didasari atas :

- a. Memudahkan dalam pengaturan, pengawasan dan pembatasan jumlah
- b. Membantu dalam penarikan retribusi

2. Pembinaan

Tindakan pengendalian dalam hal ini dilakukan dengan pembinaan terhadap kualitas pola pikir para pedagang dan pelaksana aktivitas PKL secara keseluruhan karena diketahui bahwa pola pikir PKL sebagian masih memiliki tingkat pendidikan relatif rendah dan sederhana untuk menelaah peraturan yang ada, sehingga dapat menimbulkan interpretasi yang salah dan kurangnya perhatian mengenai visualisasi aktivitas secara keseluruhan.

3. Bantuan/pinjaman

Di Malaysia, pemberian bantuan dan pinjaman dilakukan untuk memberikan kesempatan kepada PKL untuk berkembang dan meningkatkan efisiensi bagi PKL yang telah ada.

2.5 Perancangan Kota (*Urban Design*)

Perancangan Kota dalam prosesnya dapat dibagi menjadi dua kategori, yaitu sadar diri dan tidak sadar diri. Perancangan kota yang sadar diri adalah yang diciptakan oleh orang-orang yang menganggap diri mereka sebagai desainer dan menggunakan keahlian desain mereka untuk menciptakan suatu lingkungan yang nyaman. Sedangkan

untuk perancangan kota yang tidak sadar diri adalah yang diciptakan oleh orang-orang yang tidak menganggap dirinya sebagai desainer namun mereka mempunyai peranan dalam mempengaruhi bentuk lingkungan perkotaan (Catanese, 1986 : 83).

Perancangan Kota (*urban design*) merupakan bagian dari suatu proses perencanaan yang mengarah pada kualitas fisik lingkungan atau dengan kata lain merupakan desain fisik dan spasial (keruangan) pada suatu wilayah/lingkungan (Shirvani, 1985 : 6).

Adapun elemen-elemen dalam perancangan kota, meliputi penggunaan lahan, bentuk dan masa bangunan, parkir dan sirkulasi, ruang terbuka, tempat pejalan kaki, pendukung kegiatan, penandaan dan preservasi (Shirvani, 1985 : 11).

2.6 Massa Bangunan dan Ruang Terbuka

Untuk elemen-elemen yang perlu diatur dalam penataan pedagang kaki lima yang menyangkut aspek kawasan fungsional kota adalah sebagai berikut :

1. Bentuk dan Massa Bangunan

Pada perkembangan selanjutnya, bentuk dan massa bangunan meliputi tinggi bangunan, massa bangunan, kondisi sekitar bangunan, skala bangunan, proporsi, material, tekstur, pencahayaan dan fasade bangunan (Shirvani, 1985: 14). Sedangkan untuk penataan fisik dalam studi ini adalah penampilan bangunan. Penampilan dicapai dengan keserasian warna, tekstur, bentuk, struktur dan bahan pada suatu kawasan pada bangunan yang sudah ada. Adapun salah satu cara pencapaiannya adalah dengan cara gabungan pilihan yaitu pendekatan secara kolektif dengan sentuhan lunak dan seragam dengan tampilan bangunan-bangunan formal yang sudah ada, sehingga tidak terjadi kerumitan visual. (Shirvani, 1985: 11-23).

2. Estetika

Keindahan suatu kota sangat tergantung kepada elemen-elemen dan keterpaduan elemen-elemen yang ada disekitarnya. Keindahan suatu wajah kota dapat menciptakan pengalaman yang menyenangkan dengan timbulnya kesan tempat, keadaan baik dan keamanan (Kevin Lynch dalam Zahnd, 1999: 163).

Berdasarkan penelitian terdahulu (Beckley dalam Catanese, 1986: 97) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi estetika wajah kota yaitu :

- Persepsi pandangan, adalah suatu fungsi mata yang menerima pesan-pesan dan diterjemahkan oleh otak menjadi bayangan. Persepsi ini dicapai dengan adanya

skala dan warna, dimana skala dapat dicapai dari warna. Karena warna juga dapat memberikan kesan skala ruang seperti luas-sempit, besar-kecil, tinggi rendah.

- *Anthropometri*, dengan ukuran-ukuran atau dimensi-dimensi yang manusiawi akan membentuk kesan kepada kita terhadap suatu kota atau lingkungan.
- Stimulan atau gejala responsif, pemakaian jenis dan tekstur bahan akan mempengaruhi kesan kita untuk menggunakan atau tidak menggunakan fasilitas suatu kota.

3. Aktivitas Pendukung Kegiatan Kota (*Activity Support*)

Kegiatan sektor informal di perkotaan adalah merupakan salah satu bentuk pendukung (*activity support*) dari kegiatan yang ada di suatu kota. Adapun pengertian dari aktivitas pendukung kegiatan utama kota (*activity support*) yang secara mendasar berisi sekumpulan kriteria umum yang mengarah kepada kepentingan pergerakan, kegembiraan/kesenangan dan dimensi *street life* dari suatu lingkungan kota. Hal ini dapat diperoleh melalui fasilitas-fasilitas fisik kota yang menampung beraneka ragam kegiatan. Sehingga dengan adanya pendukung kegiatan ini kawasan kota menjadi lebih hidup dan dipandang sebagai tempat interaksi kegiatan masyarakat sesuai dengan kebutuhan hidup sehari-hari.

Untuk fungsi utama dari *activity support* adalah menghubungkan dua atau lebih pusat-pusat kegiatan umum dan menggerakkan fungsi kegiatan utama kota menjadi lebih hidup, menerus dan damai. Dan bertujuan untuk menciptakan kehidupan kota yang sempurna, disamping memberikan pengalaman yang memperkaya perbendaharaan si pemakai melalui intensitas penggunaan yang sangat beragam dari kegiatan-kegiatan yang diciptakan.

Aktivitas pendukung dapat menghubungkan dua aktivitas dalam suatu kota yaitu yang berwujud ruang terbuka maupun bangunan yang diperuntukkan bagi kepentingan umum. Dimana hal ini mempertimbangkan fungsi dan pemanfaatan kota yang dominan dan mencakup pendukung kegiatan di dalamnya. Untuk ruang terbuka dapat berupa plaza, taman, jalur pejalan kaki, pedagang kaki lima, kelompok hiburan lokal dan sebagainya. Sedangkan yang berwujud bangunan meliputi departemen store, taman rekreasi, pertokoan/perdagangan eceran, pusat pemerintahan, perpustakaan umum dan sebagainya (Shirvani, 1985: 37).

Sehingga dari uraian diatas, terlihat bahwa aktivitas pendukung dapat merupakan ruang bebas untuk manusia, sebagaimana jalan sebagai ruang bebas

untuk mobil, hanya disini diperlukan tempat untuk istirahat, berteduh dan sebagainya. Sedangkan, untuk menampilkan ciri dari lingkungan kota yang ada, hendaknya kriteria desain dari bentuk dan fungsi pendukung kegiatan juga mempertimbangkan aspek kontekstual dan serasi dengan lingkungannya.

Dan dalam perancangan aktivitas penunjang hal-hal/kriteria yang perlu dipertimbangkan adalah sebagai berikut :

1. Perlu adanya koordinasi antara kegiatan dan lingkungan binaan (ruang-ruang) yang dirancang
 2. Adanya keragaman dan intensitas kegiatan yang dihadirkan dalam suatu ruang tertentu
 3. Memperhatikan aspek sosial dan budaya kota.
 4. Perlu adanya bentuk, lokasi yang terukur dari fasilitas yang menampung dan manusiawi agar tidak terjadi konflik kepentingan antar pengguna ruang di kota.
 5. Adanya fasilitas penunjang seperti tempat istirahat, taman agar dapat menikmati lingkungan sekelilingnya.
 6. Semakin dekat dengan pusat kota, semakin tinggi intensitas dan keragaman kegiatan-kegiatannya.
- 4. Jalur Pejalan Kaki**

Sistem jalur pejalan kaki yang baik adalah dapat mengurangi ketergantungan pemakaian kendaraan bermotor di kawasan pusat kota, meningkatkan akses dan kunjungan perjalanan ke pusat kota, menciptakan lingkungan yang nyaman dan manusiawi, menambah aktivitas pedagang eceran dan membantu peningkatan kualitas udara di sekitarnya. Selain itu jalur pejalan kaki juga harus berperan dalam mendorong interaksi antara elemen dasar dalam perancangan kota, yang terkait erat dengan kondisi lingkungan yang terbangun dan pola aktivitas serta sesuai secara efektif dengan perubahan fisik kota di masa mendatang.

Untuk fungsi fasilitas pejalan kaki dapat ditinjau dari (Abubakar, 1995: 73):

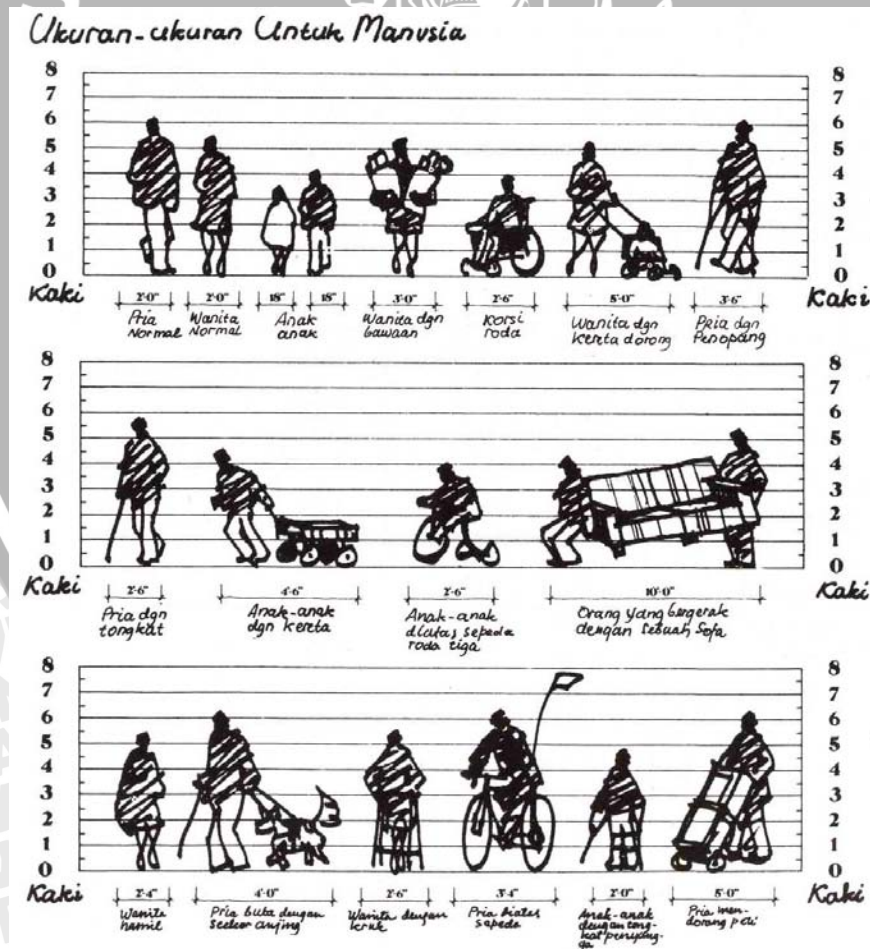
1. Pejalan kaki, untuk memberi kesempatan bagi lalu-lintas orang, sehingga dapat berpapasan pada masing-masing arah atau menyiapkan dengan rasa aman dan nyaman.
2. Lalu-lintas, untuk menghindarkan bercampurnya atau terjadinya konflik antara para pejalan kaki dengan kendaraan.

Dalam merencanakan jalur pejalan kaki, hal utama yang harus dipertimbangkan adalah keseimbangan yaitu *“how much to give pedestrians and how much to (give)*

vehicles” (Shirvani, 1985: 32-33). Sehingga perlu adanya perhatian terhadap keseimbangan antara penggunaan elemen pejalan kaki untuk mendukung ruang publik yang nyaman, menarik dan pada waktu yang sama pula untuk mendukung ruang pendukung bagi jasa pengantaran/distribusi, akses dan keperluan perseorangan.

Sedangkan untuk pertimbangan yang harus diperhatikan dalam perencanaan jalur pejalan kaki diantaranya adalah (Abubakar, 1995: 73):

1. Menerus, fasilitas pejalan kaki harus menerus, langsung dan lurus ke tujuan.
2. Aman, pejalan kaki harus merasa aman selama berjalan kaki, baik pada jalurnya sendiri maupun dalam hubungannya dengan suatu sistem jaringan lalu-lintas lainnya.
3. Nyaman, permukaan fasilitas pejalan kaki harus rata, kering dan tidak licin pada waktu hujan, cukup lebar dan kemiringan sekecil mungkin.
4. Mudah dan jelas, fasilitas pejalan kaki harus mudah dan cepat dikenali.



Gambar 2.3 Ukuran-ukuran Pergerakan Manusia

Sumber : De Chiara dan Koppelman, 1997: 341

5. Perparkiran

Sirkulasi merupakan elemen penting bagi pembantuan struktur lingkungan perkotaan yang dapat membentuk (secara langsung) dan mengontrol pola aktivitas dalam suatu kota. Sirkulasi ini dapat berupa pencapaian, besaran kapasitas dan arah sirkulasi untuk kendaraan baik untuk kendaraan bermotor maupun tidak bermotor.

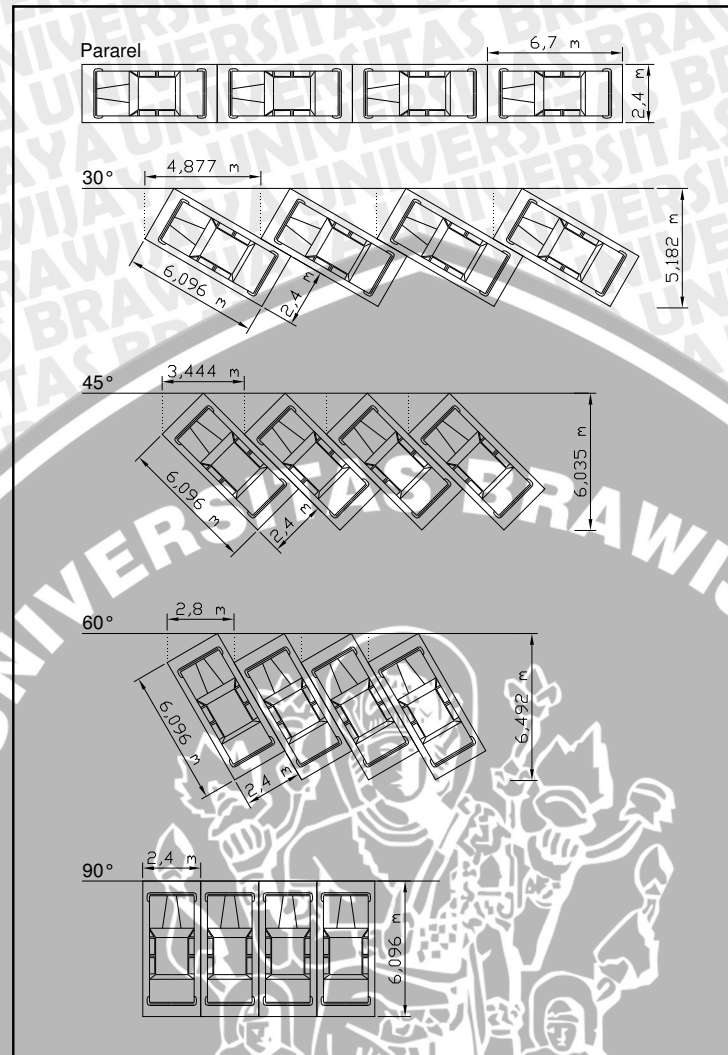
Elemen parkir yang merupakan bagian dari sirkulasi yang mempunyai pengaruh terhadap kualitas lingkungan, diantaranya :

- Menunjang keberadaan aktivitas perdagangan di pusat kota (dimana parkir merupakan hal yang paling penting).
- Memberi dampak visual terhadap bentuk fisik dan struktur suatu kota.

Lebih lanjut, terdapat 2 (dua) hal utama pada agenda perancangan kota yaitu akses menuju bangunan atau tempat perseorangan tertentu serta parkir. Dan berdasarkan penempatannya, parkir dapat dibagi menjadi 2 (dua) jenis yaitu (Abubakar, 1995: 144-145) :

1. Parkir di tepi jalan (*on-street parking*)

Parkir yang penempatannya di sepanjang tepi badan jalan dengan atau tanpa pelebaran jalan untuk fasilitas parkir. Parkir ini sangat menguntungkan pengunjung yang menginginkan parkir dekat dengan tempat tujuan. Kerugian jenis parkir ini adalah mengurangi kapasitas kendaraan pada ruas jalan tersebut yang diakibatkan karena berkurangnya jalur lalu-lintas. Parkir jenis ini sering ditemui di kawasan yang merupakan permukiman padat, perdagangan maupun perkantoran yang umumnya tidak siap menerima pertambahan dan perkembangan jumlah kendaraan parkir. Pada tepi jalan aturan untuk penempatan parkir adalah parkir sejajar kecuali apabila lalu-lintas sangat sedikit atau jalan yang ada sangat lebar.



Gambar 2.4 Penempatan Parkir di Tepi Jalan (On Street)

Sumber : De Chiara dan Koppelman, 1997: 210

2. Parkir di luar jalan (*off street parking*)

Termasuk jenis parkir yang penempatannya pada area khusus di luar badan jalan, dimana pada umumnya mempunyai pelataran umum yang terbuka maupun tertutup. Dan juga memungkinkan orang/pengunjung untuk tidak terpaku pada satu tujuan saja tetapi dapat pergi ke beberapa tempat yang ada di sekitarnya.



Gambar 2.5 Penempatan Parkir di Luar Jalan (Off Street)

Sumber : De Chiara dan Koppelman, 1997: 209

Terdapat upaya-upaya yang dapat dilakukan sebagai alternatif dalam memecahkan serta mengelola parkir (Shirvani, 1985) adalah :

1. Setiap aktivitas dan pembangunan gedung harus dilengkapi dengan fasilitas parkir
2. Kebijakan penggunaan ganda lahan parkir (multiple use program) yaitu dengan membagi/kerjasama pemanfaatan lahan parkir untuk aktivitas yang berbeda dan menarik pengunjung yang berbeda pada waktu yang berbeda pula.

Contoh : perkantoran dan perdagangan eceran berbagi ruang parkir dengan gedung teater dan kafe dimana waktu aktivitasnya berbeda



3. Pola parkir paket (lokasi khusus per kawasan)

Contoh : suatu perusahaan dengan jumlah tenaga kerja banyak ataupun yang berupa beberapa/kumpulan perusahaan kecil dan menengah menyediakan ruang parkir tersendiri bagi kawasan tersebut.

4. Pembangunan areal parkir di daerah pinggiran kota sebagai tempat penampung parkir kendaraan bagi yang ingin ke pusat kota.

Dilihat dari peletakan/penempatan kendaraan pada areal parkir dapat dibedakan menurut sudutnya yaitu 0° (paralel) , 30° , 45° , dan 60° yang biasanya digunakan pada jalan satu arah. Sedangkan untuk parkir 90° lebih baik digunakan pada jalan dua arah.

UNIVERSITAS BRAWIJAYA



2.7 Studi Terdahulu

Tabel 2.4 Studi Pendahuluan yang terkait dengan penelitian

	Ahmedidi Widodo : Magister Teknik Pembangunan Kota Program pasca Sarjana UNDIP Semarang Tahun 2003	Hapsari N : Sarjana Teknik Jurusan PWK UNDIP Semarang Tahun 2003	Ismu RDA, Septiana H, Hendrawan H : Dosen Teknik UNIBRAW Malang Tahun 2003
Judul	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Usaha PKL Kota Semarang	Penataan Fisik Aktivitas PKL di Koridor Jalan Sudirman, Salatiga	Studi Pengelolaan dan Penempatan PKL di Kota Malang
Isi Penelitian	Mengevaluasi faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pemilihan lokasi usaha PKL Kota Semarang.	Merencanakan (perancangan) penataan fisik dan aktivitas PKL di koridor jalan Sudirman, Salatiga.	Analisis dan rencana sistem pengelolaan dan penempatan PKL terkait dengan efektivitas kebijakan peruntukan lokasi PKL.
Hasil Penelitian	Faktor-faktor yang mempengaruhi PKL dalam memilih lokasi usaha adalah: <ul style="list-style-type: none"> - Jenis dagangan - Sarana transportasi yang digunakan - Modal - Umur - Pendidikan - Kedekatan dengan tempat keramaian - Kedekatan dengan tempat tinggal 	Komponen yang perlu ditata dalam penataan fisik aktivitas PKL adalah: <ul style="list-style-type: none"> - Jenis dagangan - Sarana usaha - Lokasi dan tempat berdagang - Sifat pelayanan dan perilaku penggunaan sarana usaha - Waktu berjualan - Pola persebaran PKL - Pola pengelolaan PKL - Tampilan bangunan PKL - Jalur pejalan kaki - Sirkulasi dan parkir - Elemen ruang terbuka - Elemen penandaan/papan reklame 	Pemahaman karakter dan perilaku baik PKL maupun konsumen dalam perannya masing-masing. Penetapan lokasi usaha PKL yang sesuai dengan PKL dan konsumen dengan memperhatikan kebijakan peruntukan lokasi PKL. Variabel yang digunakan adalah: <ul style="list-style-type: none"> - Jenis usaha - Jenis kelamin - Moda transportasi - Jarak tempat tinggal ke lokasi usaha - Waktu tempuh perjalanan - Preferensi terhadap lokasi - Asal daerah - Modal - Pendapatan - Umur - Tenaga kerja - Sarana usaha - Waktu usaha
Perbedaan dengan studi	Lokasi studi yang berbeda dan juga studi di atas lebih fokus pada pemilihan lokasi, sedangkan studi Penataan Aktivitas PKL di Kaw. Alun-alun Kota Mojokerto lebih fokus pada penataan fisik dan aktivitasnya.	Lokasi studi yang berbeda dengan karakteristik PKL, konsumen, dan wilayah studi yang berbeda pula.	Lokasi studi yang berbeda dengan karakteristik PKL, konsumen, dan wilayah studi yang berbeda pula.