

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Sektor Informal

2.1.1 Pengertian dan Ciri-Ciri Sektor Informal

Sethuraman (dalam Manning, 1991) mengatakan, sektro informal biasanya digunakan untuk menunjukkan sejumlah kegiatan ekonomi berskala kecil, akan tetapi sektor informal tidka dapat disebut sebagai “perusahaan” berskala kecil. Mereka memasuki kegiatan berskala kecil di kota, terutama bertujuan untuk mencari kesempatan kerja dan pendapatan daripada memeperoleh keuntungan karena mereka yang terlibat dalam sektor ini pada umumnya miskin, berpendidikan rendah, tidak terampil, dan kebanyakan para migran.

Lebih lanjut Sethurahman menyatakan bahwa sektor informal di kota terutama harus dipandang sebagai unit-unit berskala kecil yang terlibat dalam produksi dan distribusi barang0barang yang masih dalam suatu proses evolusi daripada dianggap sebagai kelompok perusahaan berskala kecil yang dengan masukan-masukan (*inputs*) modal dan pengelolaan yang besar.

Menurut Wirosardjono dalam Hariyono (2007), ciri-ciri sektor informal antara lain:

- a. Pola kegiatannya tidak teratur , baik dalam arti waktu, permodalan, maupun permintaan
- b. Tidak tersentuh oleh peraturan-peraturan yang ditetapkan oleh pemerintah sehingga kegiatannya sering dikatakan “liar”
- c. Modal, peralatan, dan perlengkapan maupun omzetnya biasanya kecil dan diusahakan atas dasar harian
- d. Tidak mempunyai tempat tetap
- e. Umumnya dilakukan oleh dan melayani golngan melayani golongan masyarakat yang berpendapatan rendah
- f. Tidak membutuhkan keahlian dan ketrampilan khusus sehingga dapat menyerap bermacam-macam tingkatan tenaga kerja
- g. Umumnya satua usaha mempekerjakan tenaga yang sedikit dan dari lngkungan hubungan keluarga, kenalan, atau berasal dari daerah yang sama
- h. Tidak mengenal sistem perbankan, pembukuan, perkreditan, dan sebagainya.

2.1.2 Legalitas Sektor Informal

Menurut Hariyono (2007), Bentuk sektor informal dapat dipilahkan antara sektor informal yang bersifat legal yang biasanya menempati lokasi yang ditentukan oleh

pemerintah daerah setempat dan dibuka secara kontinu. Biasanya modal yang digunakan relatif lebih besar dibandingkan dengan sektor informal ilegal. Sedangkan sektor informal ilegal biasanya menemapti tempat usaha yang tidak ditentukan oleh pemerintah daerah setempat sebagai lokasi sektor informal.

2.1.3 Sarana Usaha Sektor Informal

Hariyono (2007) membagi sarana usaha sektor informal menjadi tiga, yaitu:

a. Permanen

Biasanya menggunakan bangunan yang dindingnya terbuat dari batu bata, batako, tembok atau kayu yang dibangun secara kuat di atas suatu lahan yang dibangun untuk jangka waktu panjang.

b. Semi permanen

Sarana usaha yang bersifat semi permanen pemasangan bahan bangunannya dapat dibongkar pasang yang biasanya menggunakan tenda yang mudah dibongkar pasang atau gerobak yang mudah dipindahkan.

c. Non permanen

Sarana usaha ini biasanya menggunakan tikar, tanpa pelindung di atasnya. Sarana usaha jenis ini mudah dipindahkan sehingga dapat mengikuti kerumunan orang-orang yang potensial membeli barang dagangannya.

2.2 Pedagang Kaki Lima

2.2.1 Pengertian Pedagang Kaki Lima

Istilah pedagang kaki limi konon berasal dari jaman pemerintahan Rafles, Gubernur Jendral Pemerintaha Kolonel Hindia Belanda yaitu dari kata "*Five Feet*" yang berarti jalur pejalan kaki di pinggir jalan sebesar 5 (lima) kaki. Ruang tersebut digunakan untuk berjualan sehingga disebut dengan pedagang kaki lima (Anonimus, 2001). Pengertian pedagang kaki lima menurut beberapa ahli, antara lain:

a. Menurut Mc Gee dan Yeung (1977), pedagang kaki lima memiliki arti yang sama dengan *hawkers*, yaitu sebagai orang-orang yang menawarkan barang dan jasa untuk dijual di tempat umu, terutama jalan-jalan dan trotoar.

b. Menurut Bromley (1989), pedagang kaki lima yang salah satu bagian dari sektor informal adalah merupakan usaha ekonomi berskala kecil, perusahaan milik keluarga, beroperasi diluar jangkauan peraturan pemerintahh, mudah untuk keluar masuk, memanfaatkan sumber daya lokal, padat karya, dan menggunakan teknologi sederhana, keterampilan diperoleh dari luar sistem sekolah formal, beroperasi dalam persaingan sempurna.

- c. Menurut Peraturan Presiden Nomor 125 tahun 2012, pedagang kaki lima yang selanjutnya disingkat PKL adalah pelaku usaha yang melakukan usaha perdagangan dengan menggunakan sarana usaha bergerak maupun tidak bergerak, menggunakan prasarana kota, fasilitas sosial, fasilitas umum, lahan dan bangunan milik pemerintah dan/atau swasta yang bersifat sementara/tidak menetap.

2.2.2 Fungsi Kegiatan Perdagangan Kaki Lima

Pedagang kaki lima biasanya memilih lokasi-lokasi strategis untuk berjualan. Secara tidak langsung pedagang kaki lima ikut membantu lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Menurut S. Nugroho (1986), secara umum pedagang kaki lima mempunyai empat fungsi, yaitu: (Jenny Ernawati dan Tunjung W.S, 1995)

- a) Fungsi pelayanan perdagangan eceran

Perdagangan kaki lima yang tergolong ekonomi lemah yang mempunyai fungsi perdagangan eceran yang mana langsung dikonsumsi oleh konsumen. Oleh karena kegiatan perekonomian skala kecil, maka barang dan jasa yang dihasilkan biasanya terbatas dari modal atau keterampilan yang dimiliki.

- b) Fungsi pelayanan jasa

Selain sebagai unit usaha yang menyediakan barang, terdapat pula pedagang kaki lima yang menyediakan pelayanan jasa. Tetapi unit usaha tersebut relatif lebih sedikit dibandingkan dengan kelompok yang pertama yang mempunyai fungsi komersial (perdagangan eceran), dikarenakan kelompok ini memerlukan keterampilan khusus untuk membuka usaha. Misalnya tukang tambal ban, tukang stempel, tukang reparasi, dan sebagainya. Faktor yang mendorong timbulnya kegiatan ini adalah sifat pelayanan dan jasa yang disediakan kurang atau tidak dimungkinkan disediakan oleh sektor formal dan lokasi kegiatan yang terletak pada tempat-tempat tertentu.

- c) Fungsi hiburan

Kegiatan perdagangan kaki lima mempunyai fungsi sosial sebagai tempat hiburan. Fungsi hiburan yang dimaksud yaitu memberikan suatu suasana yang menyenangkan atau mempunyai ciri khas, dimana fungsi ini dimiliki oleh kegiatan PKL yang dilakukan pada malam hari. Fungsi ini merupakan akibat sampingan dari kegiatan hiburan dan sifat kegiatan formal dalam melakukannya, dimana kegiatan perdagangan kaki lima pada malam hari dapat beroperasi sampai dengan tengah malam atau bahkan dini hari, sementara kegiatan formal terbatas waktu terjadinya.

d) Fungsi sosial ekonomi

Fungsi ini dapat dilihat dari dua sisi yaitu menurut pemerintah dan pedagang. Menurut pemerintah dapat mengurangi pengangguran karena bersifat padat karya, sedangkan menurut pedagang sebagai suatu sumber penghasilan atau sumber pendapatan bagi pedagang.

2.2.3 Ciri-Ciri Pedagang Kaki Lima

Dinas Tata Kota Kodya Bandung (2000) mencatat beberapa ciri umum yang dapat digunakan untuk mendefinisikan keberadaan pedagang kaki lima, antara lain:

- a. Dilakukan dengan modal kecil oleh masyarakat ekonomi lemah
- b. Biasanya dilakukan perseorangan atau keluarga tanpa suatu kongsi dagang
- c. Selalu berada dekat dengan jalur sirkulasi atau lokasi yang paling sibuk
- d. Menggunakan fasilitas publik sebagai lokasi berjualan seperti trotoar, badan jalan, dan lain-lain
- e. Menggunakan gerobak atau tenda sederhana yang cukup fleksibel untuk dipindah-pindahkan

Sedangkan menurut Kartono (1980) dalam Alisjahbana (2006) memaparkan ciri-ciri pedagang kaki lima, yaitu:

- a. Merupakan pedagang yang kadang-kadang yang sekaligus sebagai produsen
- b. Ada yang menetap pada lokasi tertentu, ada yang bergerak dari satu tempat ke tempat lain (menggunakan pikulen, kereta dorong, tempat atau satan yang tidak permanen seta bongkar pasang)
- c. Menjajakan bahan makanan, minuman, barang-barang konsumsi lainnya yang tahan lama secara eceran
- d. Umumnya bermodal kecil, kadang hanya merupakan alat bagi pemilik modal dengan mendapat sekedar komisi sebagai imbalan atau jerih payahnya
- e. Kualitas barang-barang yang diperdagangkan relatif rendah dan biasanya tidak berstandar
- f. Volume peredaran uang tidak seberapa besar, para pembeli umumnya merupakan pembeli yang berdaya beli rendah
- g. Usaha berskala kecil bisa berupa *family enterprise*, dimana ibu dan anak-anak turut membantu dalam usaha tersebut, baik secara langsung maupun tidak langsung
- h. Tawar menawar antar penjual dan pembeli merupakan relasi ciri yang khas pada usaha perdagangan kaki lima

- i. Dalam melaksanakan pekerjaannya ada yang secara penuh, sebagian lagi melaksanakan setelah kerja atau pada waktu senggang, dan ada pula yang melaksanakan secara musiman
- j. Barang yang dijual biasanya merupakan *convenience goods* jarang sekali *speciality goods*
- k. Seringkali berada dalam suasana psikologi tidak tenang, diliputi perasaan takut kalau tiba-tiba kegiatan mereka dihentikan oleh tim Penertiban Umum (TIBUM) sebagai aparat pemerintah daerah.

2.2.4 Karakteristik Pedagang Kaki Lima

A. Jenis Dagangan Pedagang Kaki Lima

Menurut Mc Gee dan Yeung (dalam Widjajanti, 2008) membagi tipe jenis dagangan yang dijual PKL menjadi empat kelompok, yaitu:

- a. Makanan yang tidak diproses dan semi olahan (*unprocessed and semi processed food*). Makanan yang tidak diproses, termasuk makanan mentah seperti daging, buah-buahan, ataupun sayuran. Sedangkan makanan semi olahan seperti beras.
- b. Makanan siap saji (*prepared food*) yakni penjual makanan yang sudah dimasak dan minuman.
- c. Barang bukan makanan (*nonfood items*), kategori ini terdiri dari barang-barang dalam skala yang luas, mulai dari tekstil hingga obat-obatan.
- d. Jasa (*services*), yang terdiri dari beragam aktifitas seperti jasa perbaikan sol sepatu, dan tukang potong rambut, dan reparasi.

B. Bentuk Sarana Perdagangan Pedagang Kaki Lima

Berdasarkan sifat layanan PKL, Mc Gee membagi dalam tiga tipe, yaitu:

1. Pedagang keliling/non permanen (*mobile*)
Adalah tipe pedagang yang dengan mudah membawa barang dagangannya, mulai dari menggunakan sepeda atau keranjang. Sifat dari pedagang tipe ini adalah bergerak dari satu lokasi ke lokasi lain.
2. Pedagang semi menetap (*semi static*)
Adalah pedagang yang mempunyai sifat menetap sementara, dimana kios atau tempat usahanya akan berpindah setelah beberapa waktu berjualan di tempat tersebut.
3. Pedagang menetap (*static*)

Adalah pedagang yang sifat layanannya memiliki frekuensi menetap paling tinggi, dimana lokasi tempat usahanya permanen di suatu tempat seperti di jalan atau ruang-ruang publik.

Sedangkan menurut Waworoento (dalam Widjajanti, 2008), bentuk sarana fisik berdagang yang digunakan PKL, antara lain:

a. Gerobak/kereta dorong

Bentuk sarana ini terdiri dari 2 macam, yaitu gerobak/kereta dorong tanpa atap dan gerobak/kereta dorong yang beratap untuk melindungi barang dagangan dari pengaruh cuaca. Sarana ini dikategorikan jenis PKL yang menetap (*static*) dan semi menetap (*semistatic*) yang umumnya dijumpai pada pedagang kaki lima yang menjajakan makanan, minuman, atau rokok.

b. Pikulan/keranjang

Bentuk sarana perdagangan ini digunakan oleh PKL keliling (*mobile*) ataupun semi menetap (*semi static*). Bentuk ini dimaksudkan agar barang dagangan mudah dibawa atau dipindah tempat.

c. Tenda

Bentuk ini terdiri dari beberapa gerobak/kereta dorong yang diatur sedemikian rupa secara berderet dan dilengkapi dengan kursi dan meja. Bagian atap dan sekelilingnya biasanya ditutup dengan pelindung yang terbuat dari kain plastik, terpal, atau lainnya yang tidak tembus air. Berdasarkan saran usaha tersebut, pedagang kaki lima ini dapat dikategorikan pedagang menetap (*static*).

d. Kios

Kios ini menggunakan papan-papan atau sebagian menggunakan batu bata, sehingga menyerupai sebuah bilik semi permanen, yang mana pedagang yang bersangkutan juga tinggal di tempat tersebut. Pedagang kaki lima ini dikategorikan pedagang menetap (*static*).

e. Gelaran/alas

Pedagang pada bentuk ini menggunakan alas berupa tikar, kain, atau lainnya untuk menjajakan dagangannya. Berdasarkan sarana tersebut, pedagang ini dapat dikategorikan dalam aktifitas semi permanen (*semi static*). Umumnya dapat dijumpai pada PKL yang berjualan kelontong atau makanan.

f. Jongko/meja

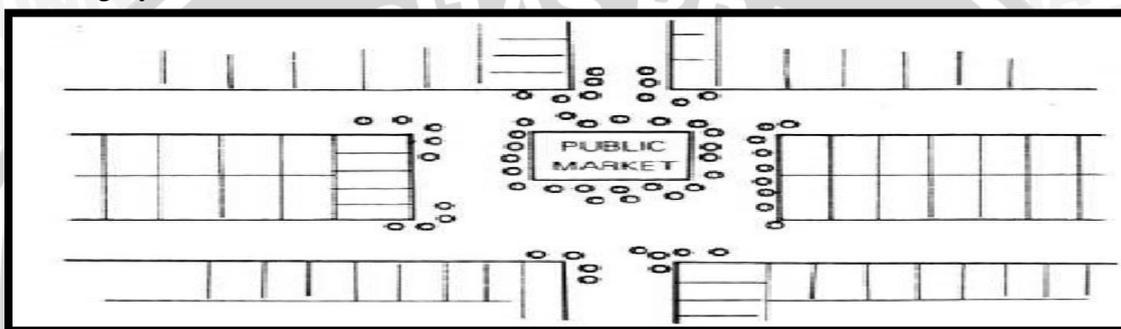
Bentuk sarana berdagang yang menggunakan jongko/meja dan beratap/tidak beratap. Sarana ini dikategorikan jenis PKL menetap (*static*).

C. Pola Penyebaran Pedagang Kaki Lima

Menurut Mc Gee dan Yeung (dalam Widjajanti, 2008), pola penyebaran aktifitas pedagang kaki lima terbagi atas dua, yaitu:

1. Pola penyebaran mengelompok (*Market Focused Agglomeration*)

Pedagang pada tipe ini pada umumnya mengelompok dan terfokus pada satu kegiatan, seperti mengelilingi pasar umum, ruang-ruang terbuka/lapangan, taman-taman, dan sebagainya. Pola penyebaran ini dipengaruhi pertimbangan aglomerasi, dimana terjadi pemusatan atau pengelompokan dari pedagang yang menjual barang dagangan sejenis atau memiliki sifat sama dengan area/sector formal yang dikelilinginya

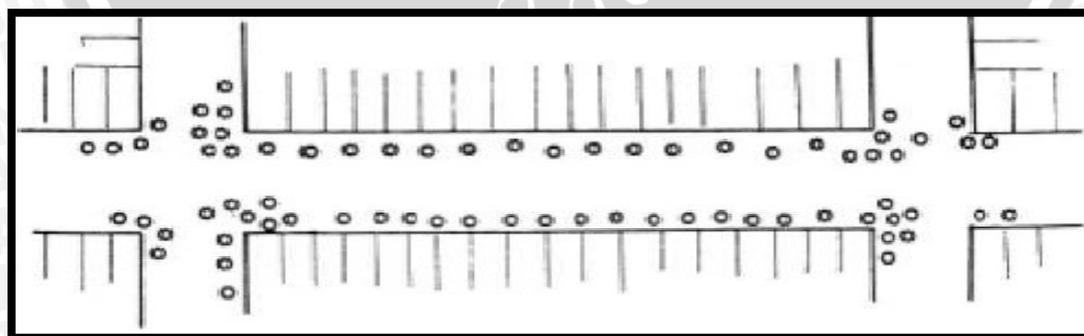


Gambar 2. 1 Pola Penyebaran PKL Secara Mengelompok

Sumber: Mc Gee dan Yeung (1977)

2. Pola Penyebaran Linear (*Street Concentrations*)

Pola penyebaran pedagang tipe ini terjadi di sepanjang atau di pinggir jalan utama atau jalan yang menghubungkan jalan utama. Tempatnya dapat di jalan itu sendiri ataupun di trotoar. Pola kegiatan linier banyak dipengaruhi oleh pertimbangan aksesibilitas yang tinggi pada lokasi yang bersangkutan, misalnya pada jalan dengan lalu lintas yang padat dan pada kegiatan perdagangan dimana terdapat pertokoan. Hal ini dimaksudkan untuk mendekatkan pedagang dengan konsumen.



Gambar 2. 2 Pola Penyebaran PKL Secara Linear

Sumber: Mc Gee dan Yeung (1977)

D. Skala Pelayanan Aktifitas Pedagang Kaki Lima

Skala pelayanan suatu aktifitas 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, demikian sebaliknya semakin jauh asal pengguna jasa maka skala pelayanan semakin besar (Manning dan Effendi, 1996).

E. Waktu Pelayanan Aktifitas Pedagang Kaki Lima

Menurut Mc Gee dan Yeung (dalam Widjajanti, 2008), pola aktifitas 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 aktifitas keduanya lemah atau tidak ada hubungan langsung antar keduanya. Hal ini berdasarkan temuan penelitian terdahulu terhadap “*hawkers*” di kota-kota Asia Tenggara.

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

2.2.5 Tinjauan Aspek Penentuan Lokasi Pedagang Kaki Lima

Penentuan lokasi dagang PKL ditentukan berdasarkan tiga aspek, yaitu:

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 asal tempat tinggal (Turner dalam Widodo, 2000). 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 dengan tempat tinggal pedagang dapat dilihat dalam tabel 2.1 berikut:

Tabel 2. 1 Kriteria Kedekatan Lokasi usaha PKL dengan Tempat Tinggal PKL

Jarak	Kriteria
Kurang dari 1 KM	Dekat
1 – 5 KM	Sedang
Lebih dari 5 KM	Jauh

Sumber: Purnama (2003)

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rachbini dan Hamid (1994) juga mendukung adanya keterkaitan antara jarak lokasi dengan rumah tempat tinggal PKL. Menurut mereka, terdapat korelasi antara jarak lokasi usaha dengan tempat tinggal, atau

dengan kata lain PKL akan bertempat tinggal dimana saja asal dekat dengan lokasi usahanya.

2. Kemudahan memperoleh angkutan

Menurut Nelson (1958), daya tarik pada suatu fasilitas perdagangan bagi konsumen adalah adanya faktor kemudahan baik transportasi umu (biaya, waktu, dan frekuensi) maupun transportasi pribadi (parkir, aksesibilitas, kondisi lalu lintas, dan jalan parkir).

Hal ini juga didukung oleh Dean dalam Manning (1996) dimana dalam penelitiannya mengenai sektor informal PKL di Kota Ujung Pandang, terdapat kaitan erat antara persebaran lokasi sektor informal PKL dengan jaringan transportasi, dimana sektor informal tumbuh pesat di sepanjang jalan besar dan memerlukan saran dan prasaranan transportasi untuk melayani penduduk.

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

Aspek kedekatan (*proximity*) antara PKL dengan pusat kegiatan/keramaian kota dengan lokasi aktifitas 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. Seperti yang dikemukakan Bromly dalam Manning dan effendi (1996) bahwa dalam memilih lokasi bagi aktifitas usahanya, PKL akan berusaha untuk selalu mendekati pasar atau pembeli. Dalam teori lokasi juga disebutkan bahwa bagi pedagang terdapat kecenderungan untuk berorientasi kepada konsentrasi konsumen dalam menentukan lokasi tempat usaha (Djojodipuro, 1992).

Adapun kriteria lokasi usaha PKL dengan pusat kegiatan/keramaian kota dapat dilihat pada tabel 2.2 berikut:

Tabel 2.2 Kriteria Kedekatan Lokasi Usaha PKL dengan Pusat Kegiatan/Keramaian Kota

Jarak	Kriteria
Kurang dari 100 M	Dekat
Antara 100 – 500 M	Sedang
Lebih dari 500 M	Jauh

Sumber: Purnama (2003)

Berdasarkan hasil studi yang dilakukan oleh Joedo dalam Widjajanti (2008) disebutkan bahwa oenetuan lokasi yang diminati oleh sektor informal PKL adalah sebagai berikut:

- a. Terdapat akumulasi orang yang melakukan kegiatan bersama-sama pada waktu yang relatif sama sepanjang hari
- b. Berada pada kawasan tertentu yang merupakan pusat-pusat kegiatan perekonomian kota dan pusat non ekonomi perkotaan, tetapi sering dikunjungi dalam jumlah besar
- c. Mempunyai kemudahan untuk terjadi hubungan antara pedagang kaki lima dengan calon pembeli, walaupun dilakukan dalam ruang relatif sempit
- d. Tidak memerlukan ketersediaan fasilitas dan utilitas pelayanan umum

Sedangkan menurut Mc Gee dan Yeung (dalam Widjajanti, 2008) dinyatakan bahwa 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, dan daerah komersial.

Menurut Nelson (1958), ditinjau dari sudut kepentingan masyarakat khususnya konsumen, dalam merencanakan lokasi perdagangan eceran memerlukan beberapa prinsip, yaitu:

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

2.2.6 Pengelolaan Struktural Pedagang Kaki Lima

Berdasarkan penelitian Mc Gee dan Yeung (dalam Widjajanti, 1977), yang dilakukan pada beberapa negara berkembang bahwa pemerintah kota selain menerapkan pengelolaan lokasional, tapi juga pengelolaan struktural, antara lain:

1. Perijinan

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

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

2. Pembinaan

Tindakan pengendalian dalam hal ini dilakukan dengan pembinaan terhadap kualitas pola pikir para pedagang dan pelaksana aktifitas 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 aktifitas 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 sudah ada.

2.3 Teori Tapak

Terdapat empat konteks utama dalam perencanaan tapak, yaitu: (Hakim dan Utomo, 2004)

1. Analisis terhadap lingkungan alamiah untuk karakteristik tapak, yaitu:

a. Iklim/klimatologi

Analisis faktor klimatologi meliputi variasi suhu, kelembaban, curah hujan, arah angin, arah sinar matahari, dan bencana alam yang terjadi dalam tapak. Pengaruh iklim akan mempengaruhi ruang yang dikehendaki terhadap pengaruh panas dan teduhnya suatu ruangan.

b. Vegetasi

Vegetasi adalah potensi tapak yang penting dalam pembentukan skala, tekstur, warna, dan bentuk tajuk, karakter tapak, serta komposisi. Tiga hal yang penting bahwa pepohonan dapat digunakan untuk menciptakan bidang vertikal, menutup pandangan yang kurang baik, menciptakan privasi, dan menciptakan iklim pada ruang-ruang yang akan dirancang.

c. Topografi

Bentuk topografi dapat dibagi mempengaruhi tiga hal yaitu:

- 1) Topografi mempengaruhi iklim dan cuaca
- 2) Topografi mempengaruhi muka tanah
- 3) Topografi menggambarkan karakter tapak

d. Hidrologi

Unsur air (hidrologi) perlu dianalisis karena tiga hal, yaitu:

- 1) Air sebagai elemen dasar yang menunjang kehidupan
- 2) Air permukaan dan air bawah tanah mempengaruhi potensi pengembangan tapak
- 3) Air merupakan elemen lansekap

e. View positif dan negatif

Analisis yang perlu dilakukan adalah *view/* titik pandang dari tapak termasuk posisi titik pandang yang potensial untuk melihat potensi lansekap, apakah positif atau negatif.

f. Kebisingan

Analisis yang dilakukan antara lain, posisi sumber kebisingan, besar sumber kebisingan, penyebab kebisingan, dan kemana arah sumber kebisingan.

2. Analisis lingkungan buatan yang terdiri dari:

a. Batas tapak

Batas tapak dikaitkan dengan skala gambar, luasan kuantitatif bangunan dan ruang luarnya dengan satuan meter persegi. Mengenali pencapaian dari luar tapak. Mengenali lingkungan di sekitar tapak, apa fungsi lingkungan di sekitar tapak, dan hubungan lingkungan sekitar dengan tapak.

b. Konsepsi ruang/zoning

Konsepsi ruang seperti *public space*, *private space*, atau *servic eplace*. Dalam hal ini akan dibahas apa saja fungsi yang ada disana.

1) Sirkulasi

Analisis yang dibahas adalah konsep dari sirkulasi pejalan kaki dan kendaraan bermotor

2) Bentuk fisik bangunan

Analisis bentuk fisik bangunan membahas bentuk arsitektural, *style/gaya*, dan ketinggian bangunan. Agar dapat diketahui konsep bangunan yang diterapkan apakah bergaya tropis, kolonial, atau modern.

3) Sarana utilitas (jaringan listrik, air bersih, dan drainase)

3. Analisis terhadap sosial, ekonomi, budaya, dan lingkungan tapak sekitar termasuk kebijaksanaan umum yang mempengaruhi tapak.

Persoalan-persoalan disini dapat melibatkan usia penduduk, pola-pola etnik, kepadatan, pola pekerjaan, besarnya pendapatan, dan pekerjaan. Juga yang terpenting adalah tiap kegiatan yang terencana maupun tidak resmi dalam lingkungan seperti festival, parade, atau pekan raya lainnya.

2.4 Teori *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Definisi CSR yakni upaya sungguh-sungguh dari entitas bisnis untuk meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif operasinya terhadap seluruh pemangku kepentingan dalam ranah ekonomi, sosial, dan lingkungan agar mencapai tujuan pembangunan yang berkelanjutan". Secara implisit definisi tersebut berarti mengajak perusahaan untuk bersungguh-sungguh dalam upaya memberikan manfaat atas kehadirannya bagi umat manusia saat ini. Meminimalkan

dampak negatif adalah bagian dari usaha memberikan manfaat di masa yang akan datang (Rachman, 2011). Definisi lain CSR menurut Magnan dan Ferrel (dalam Susanto, 2007) juga mendefinisikan sebagai penekanan pada perlu adanya memberikan perhatian secara seimbang terhadap kepentingan berbagai *stakeholders* yang beragam dalam setiap keputusan dan tindakan yang diambil oleh para pelaku bisnis melalui perilaku yang e cara sosial bertanggung jawab.

Program CSR yang meliputi pengurangan kemiskinan, pelestarian lingkungan, dan pembangunan ekonomi berkelanjutan adalah bagian dari upaya pengembangan perusahaan secara berkelanjutan. Hal ini berguna untuk membantu perusahaan dalam memperbaiki financial performance dan akses pada modal, meningkatkan corporate image dan penjualan/layanan jasa, memelihara kualitas kerja, memperbaiki keputusan pada isu-isu kritis, serta menangani risiko secara lebih efisien dan mengurangi biaya jangka panjang. Beberapa pihak mungkin tidak setuju dengan pernyataan bahwa tanggung jawab sosial dikaitkan profit perusahaan. Akan tetapi, tidak ada salahnya jika CSR bisa juga ditafsirkan sebagai investasi, perusahaan akan menilai *return* yang didapatkan. Dengan demikian, CSR bisa ditafsirkan sebagai sebuah tanggung jawab perusahaan (entitas bisnis) kepada *stakeholder* dan *shareholder*.

Stakeholder adalah semua pihak baik internal maupun eksternal yang memiliki hubungan baik bersifat mempengaruhi maupun dipengaruhi, bersifat langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan (Dobrea, 2010). Dengan demikian, stakeholder merupakan pihak seperti pemerintah, perusahaan, masyarakat sekitar, lingkungan, lembaga diluar perusahaan (LSM dan sejenisnya), lembaga pemerhati lingkungan, para pekerja perusahaan, kaum minoritas dan lain sebagainya yang keberadaannya sangat mempengaruhi perusahaan. Untuk memenuhi kontrak sosialnya (*social contract*) dalam masyarakat, perusahaan dihadapkan kepada beberapa tanggung jawab sosial secara simultan kepada para pemangku kepentingan. Yang dimaksud pemangku kepentingan disini adalah orang atau kelompok yang mempengaruhi atau dipengaruhi oleh berbagai keputusan, kebijakan, maupun operasi perusahaan (Post dalam Solihin, 2008). Jones (dalam Solihin, 2008) selanjutnya mengklasifikasikan pemangku kepentingan tersebut ke dalam dua kategori, yaitu:

1. *Inside stakeholders*, terdiri atas orang-orang yang memiliki kepentingan dan tuntutan terhadap sumber daya perusahaan serta berada di dalam organisasi perusahaan. Yang termasuk ke dalam kategori *inside stakeholders* adalah pemegang saham, para manajer, dan karyawan.

2. *Outside stakeholders*, terdiri atas orang-orang maupun pihak-pihak yang bukan pemilik perusahaan, bukan pemimpin perusahaan, dan bukan pula karyawan perusahaan, namun memiliki kepentingan terhadap perusahaan dan dipengaruhi oleh keputusan serta tindakan yang dilakukan oleh perusahaan. Yang termasuk ke dalam kategori *outside stakeholders* adalah pelanggan (*customers*), pemasok (*suppliers*), pemerintah (*government*), masyarakat lokal (*local communities*), dan masyarakat secara umum (*general public*).

Tujuan dari program CSR, yaitu:

- a. Meminimalisasi resiko sosial
- b. Membangun harmonisasi dengan masyarakat
- c. Peran aktif dalam memperbaiki masyarakat dengan melibatkan perusahaan pada masyarakat
- d. Pengembangan bisnis perusahaan
- e. Menumbuhkembangkan kepercayaan masyarakat dan mitra bisnis
- f. Meningkatkan harapan masyarakat agar perusahaan mengejar sasaran sosial dan ekonomis

Pola CSR menurut Saidi dan Abidin (Suharto, 20087) setidaknya ada empat model yang umumnya diterapkan di Indonesia, antara lain:

1. Keterlibatan langsung
Perusahaan menjalankan CSR secara langsung dengan menyelenggarakan sendiri kegiatan sosial atau menyerahkan sumbangan ke masyarakat tanpa perantara.
2. Melalui yayasan atau organisasi sosial perusahaan
Perusahaan mendirikan yayasan sendiri di bawah perusahaan atau grupnya. Biasanya perusahaan menyediakan dana awal, dana rutin, atau dana abadi yang dapat digunakan secara teratur bagi kegiatan yayasan.
3. Bermitra dengan pihak lain
Perusahaan menyelenggarakan CSR melalui kerjasama dengan lembaga sosial atau organisasi non pemerintah, universitas atau media massa. Baik dalam mengelola dana maupun dalam melaksanakan kegiatan sosialnya.
4. Mendukung atau bergabung dalam konsorsium
Perusahaan turut mendirikan, menjadi anggota atau mendukung suatu lembaga sosial yang didirikan untuk tujuan sosial tertentu. Pola ini lebih berorientasi pada pemberian hibah.

2.5 Tinjauan Kebijakan Penataan Pedagang Kaki Lima

Setiap kebijakan memberikan kontribusi berupa panduan-panduan terkait penataan PKL di Kota Kupang. Adapun kebijakan-kebijakan yang terkait secara langsung dengan penataan PKL di Kota Kupang adalah sebagai berikut:

2.4.1 Peraturan Daerah Kota Kupang Nomor 56 tahun 2002

Isi Peraturan Daerah Kota Kupang Nomor 56 tahun 2002 tentang penataan PKL adalah sebagai berikut:

A. Bab II (Lokasi/tempat usaha)

Pasal 2 ayat 2:

Para pedagang kaki lima wajib untuk tidak berusaha atau berdagang di badan jalan, drainase, emperan toko, trotoar, halte, terminal, tempat parkir dan tempat-tempat yang tidak ditetapkan dengan Keputusan Walikota.

Pasal 3:

Penetapan tempat-tempat dimaksud pada Pasal 2 ayat (1) Peraturan Daerah ini harus memenuhi persyaratan-persyaratan sebagai berikut:

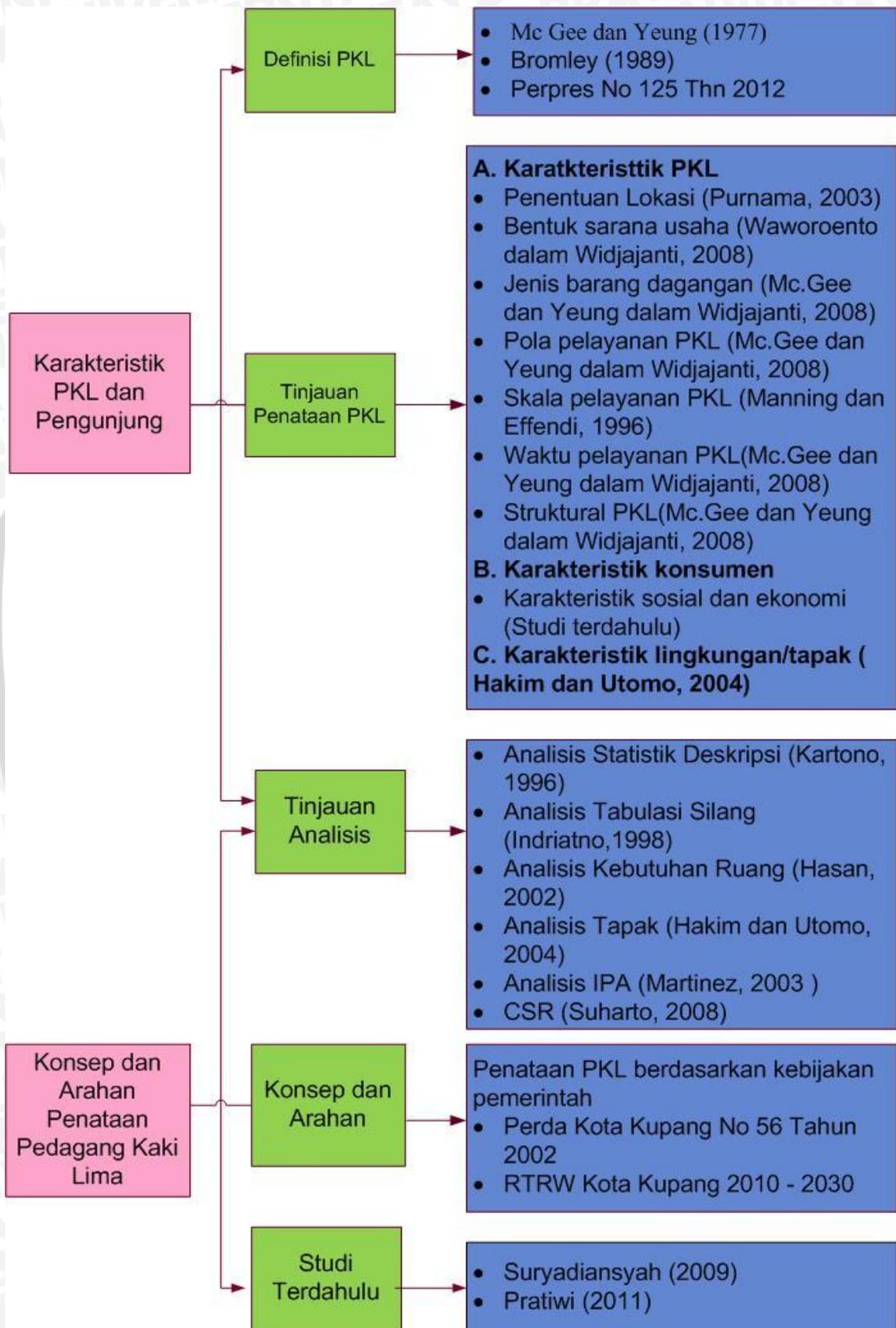
- a. Tidak menghambat kelancaran arus lalu lintas, termasuk pejalan kaki;
- b. Terjamin dampak lingkungan di sekitarnya.

B. Bab III (Perijinan)

Pasal 5:

- 1) Setiap pedagang kaki lima harus mendaftar untuk mendapat izin memakai tempat usaha dari Walikota.
- 2) Izin yang dimaksudkan pada ayat (1) pasal ini, jangka waktu 1 tahun dan dapat diperpanjang kembali, diberikan oleh Walikota atau Pejabat yang ditunjuk dengan Keputusan Walikota.
- 3) Persyaratan dan tata cara pendaftaran serta pemberian izin dimaksud ayat (2) pasal ini, ditetapkan dengan Keputusan Walikota.
- 4) Izin sebagaimana dimaksud pada ayat (2) pasal ini, dapat dicabut apabila :
 - a. Pemegang izin melanggar ketentuan yang tercantum dalam surat izin;
 - b. Tempat usaha yang bersangkutan tidak lagi ditetapkan sebagai tempat usaha pedagang kaki lima;
 - c. Surat izin tersebut sudah tidak sesuai dengan peruntukannya.
- 5) Atas pencabutan izin sebagaimana dimaksud pada ayat (4) Pasal ini, tidak diberikan ganti rugi

2.6 Kerangka Teori



Gambar 2. 3 Kerangka Teori

Sumber: Hasil Pemikiran (2013)

2.7 Studi Terdahulu

Tabel 2. 3 Studi Terdahulu

Peneliti & Judul	Tujuan	Variabel	Sub Variabel	Metode Analisis Data	Hasil	Manfaat	Persamaan & Perbedaan
Dhany Ika Pratiwi (2011), Penataan Pedagang Kaki Lima Pada Pusat Perdagangan Pasar Tanjung Kabupaten Jember (Studi Kasus: Jl. Samanhudi & Jl. Untung Surapati)	Mengetahui karakteristik PKL serta karakteristik konsumen di kawasan pusat perdagangan Pasar Tanjung Kabupaten Jember (Jl. Samanhudi & Jl. Untung Surapati)	<ul style="list-style-type: none"> Ketenaga kerjaan PKL Aktifitas kegiatan PKL Karakteristik fisik PKL Karakteristik sosial konsumen PKL Karakteristik ekonomi konsumen PKL Aktifitas kegiatan konsumen 	<ul style="list-style-type: none"> Status pekerjaan Lama menjalankan usaha sebagai PKL Permodalan Pendapatan Baragang dagang Pola pelayanan sirkulasi Lokasi usaha Tempat usaha Sarana fisik berdagang Jenis kelamin Usia Tingkat pendidikan Asal tempat tinggal Pekerjaan Pendapatan Frekuensi kedatangan Waktu 	Metode analisis deskriptif	<p>Karakteristik PKL yang ditinjau dari karakteristik ketenagakerjaan, aktifitas kegiatan, dan karakteristik fisik PKL</p> <p>Karakteristik konsumen PKL yang ditinjau dari karakteristik sosial, karakteristik ekonomi, dan aktifitas kegiatan konsumen PKL</p>	<ul style="list-style-type: none"> Variabel yang sama dengan penelitian Metode analisis yang sama juga digunakan 	<p>Persamaan:</p> <ul style="list-style-type: none"> Tujuan penelitian yaitu mengetahui karakteristik PKL, karakteristik konsumen PKL, dan merumuskan konsep dan arahan penataan PKL Penelitian menggunakan metode deskriptif dalam menganalisis karakteristik pedagang dan konsumen <p>Perbedaan:</p> <ul style="list-style-type: none"> Lokasi penelitian Penelitian tidak menggunakan konsep penataan dengan cara stabilisasi dan removal

Peneliti & Judul	Tujuan	Variabel	Sub Variabel	Metode Analisis Data	Hasil	Manfaat	Persamaan & Perbedaan
		PKL	kunjungan <ul style="list-style-type: none"> Sirkulasi Barang dagang 				
	Meneghtahui persepsi dan preferensi PKL dan konsumen PKL terhadap penatahan PKL di kawasan pusat perdagangan Pasar Tanjung Kabupaten Jember (Jl. Samanhudi & Jl. Untung Surapati) yang dilakukan dengan cara removal dan stabilisasi	<ul style="list-style-type: none"> Stabilisasi /pengaturan Removal/pemindahan 	<ul style="list-style-type: none"> Barang dagang Pola pelayanan Sirkulasi Lokasi usaha Tempat usaha Sarana fisik berdagang Pola persebaran Barang dagang Pola pelayanan Sirkulasi Lokasi usaha Tempat usaha Sarana fisik berdagang Pola persebaran 	Metode analisis evaluatif	Persepsi dan preferensi PKL dan konsumen yang dilakukan dengan stabilisasi dan removal		
	Merumuskan konsep dan arahan penataan PKL di kawasan pusat perdagangan Pasar Tanjung Kabupaten Jember	<ul style="list-style-type: none"> Konsep aktifitas kegiatan PKL (stabilisasi dan removal) 	<ul style="list-style-type: none"> Barang dagang Pola pelayanan Sirkulasi 	<ul style="list-style-type: none"> Metode analisis evaluatif Metode analisis development 	Konsep dan arahan yang dilakukan secara stabilisasi dan removal		

Peneliti & Judul	Tujuan	Variabel	Sub Variabel	Metode Analisis Data	Hasil	Manfaat	Persamaan & Perbedaan
(Jl. Samanhudi & Jl. Untung Surapati) yang dilakukan dengan cara removal dan stabilisasi		<ul style="list-style-type: none"> Konsep fisik PKL (stabilisasi dan removal) 	<ul style="list-style-type: none"> Lokasi usaha Tempat usaha Sarana fisik berdagang Pola persebaran 	<ul style="list-style-type: none"> Metode analisis deskriptif Metode analisis evaluatif Metode analisis development 			
		<ul style="list-style-type: none"> Arahan aktifitas kegiatan PKL (stabilisasi dan removal) 	<ul style="list-style-type: none"> Barang dagang Pola pelayanan Aksesibilitas 	<ul style="list-style-type: none"> Metode analisis evaluatif Metode analisis development 			
		<ul style="list-style-type: none"> Arahan fisik PKL (stabilisasi dan removal) 	<ul style="list-style-type: none"> Lokasi usaha Tempat usaha Sarana fisik berdagang Pola persebaran 	<ul style="list-style-type: none"> Metode analisis deskriptif Metode analisis evaluatif Metode analisis development 			
Indra Suryadiansyah (2009), Arahan Penataan Pedagang Kaki Lima Di	Mengetahui karakteristik PKL di kawasan alun-alun	<ul style="list-style-type: none"> Pelaku PKL 	Aktifitas PKL: <ul style="list-style-type: none"> Jenis barang dagangan Waktu berdagang Tingkat kerjasama 	<ul style="list-style-type: none"> Analisis deskripsi <i>explanatory</i> Analisis statistik deskripsi Analisis 	Karakteristik PKL, karakteristik lokasi tempat usaha PKL, konsep penataan lokasi, dan		Persamaan: <ul style="list-style-type: none"> Tujuan penelitian yaitu mengetahui karakteristik PKL, karakteristik konsumen PKL, dan merumuskan konsep dan arahan

Peneliti & Judul	Tujuan	Variabel	Sub Variabel	Metode Analisis Data	Hasil	Manfaat	Persamaan & Perbedaan
Kawasan Alun-Alun Kota Mojokerto			<ul style="list-style-type: none"> antar PKL Keamanan Kenyamanan Asal dan jumlah modal Retribusi PKL Sarana penunjang usaha <hr/> Fisik bangunan PKL: <ul style="list-style-type: none"> Tempat usaha (sarana) Luas tempat usaha Bentuk kepemilikan usaha Sarana usaha berdagang Jarak lokasi antar pedagang <hr/> Ketenagakerjaan PKL: <ul style="list-style-type: none"> Usia Asal daerah Jenis kelamin Tingkat pendidikan Jumlah tenaga kerja 	cross tabulation	arahan penataan luas sarana usaha PKL		penataan PKL Perbedaan: <ul style="list-style-type: none"> Lokasi penelitian

Peneliti & Judul	Tujuan	Variabel	Sub Variabel	Metode Analisis Data	Hasil	Manfaat	Persamaan & Perbedaan
			<ul style="list-style-type: none"> • Asal tenaga kerja • Tingkat pendapatan dan penjualan <hr/> Fisik dan spasial lokasi: <ul style="list-style-type: none"> • Kondisi lingkungan • Pemanfaatan lahan perkotaan • Peruntukkan lokasi oleh PKL <hr/> Aktifitas pendukung: <ul style="list-style-type: none"> • Sirkulasi dan parkir • Kebersihan dan lingkungan sekitar • Ruang terbuka/publik • Sarana pendukung 				
		<ul style="list-style-type: none"> • Lokasi tempat usaha PKL 	Pola persebaran PKL: <ul style="list-style-type: none"> • Sirkulasi dan pergerakan PKL • Pola 	Analisis kebutuhan ruang			

Peneliti & Judul	Tujuan	Variabel	Sub Variabel	Metode Analisis Data	Hasil	Manfaat	Persamaan & Perbedaan
Mengetahui karakteristik pengunjung PKL di kawasan alun-alun		<ul style="list-style-type: none"> Pengunjung PKL 	persebaran PKL Aspek sosial pengunjung: <ul style="list-style-type: none"> Jenis kelamin Asal daerah Jenis barang yang dibeli Kondisi lingkungan 	<ul style="list-style-type: none"> Analisis deksripsi <i>explanatory</i> Analisis statistik deskripsi 	Karakteristik pengunjung dan konsep penataan lokasi		
			Aspek ekonomi pengunjung: <ul style="list-style-type: none"> Pekerjaan (profesi) Sarana transportasi yang digunakan 				
Memberikan konsep dan arahan penataan aktivitas PKL di kawasan alun-alun		<ul style="list-style-type: none"> Struktural Fisik 	<ul style="list-style-type: none"> Perijinan Pembinaan Bantuan modal Kelembagaan Retribusi 	<ul style="list-style-type: none"> Analisis deskripsi <i>explanatory</i> Analisis akar masalah Analisis akar tujuan 	Arahan aktifitas PKL, arahan penataan parkir, dan arahan structural		
			<ul style="list-style-type: none"> Jenis sarana usaha Luas sarana usaha Kebutuhan sarana penunjang Waktu berdagang 				

Peneliti & Judul	Tujuan	Variabel	Sub Variabel	Metode Analisis Data	Hasil	Manfaat	Persamaan & Perbedaan
			<ul style="list-style-type: none"> • Parkir • Pola persebaran PKL 				

