

# MEDIA DAN ALAT PEMASARAN PEDAGANG KELILING DI LINGKUNGAN PERUMAHAN KERTOSARI INDAH PONOROGO

**Sayid Abas**

Prodi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

## **ABSTRAK**

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Media dan Alat Pemasaran Pedagang Keliling di Perumahan Kertosari Indah Ponorogo. Terkait dengan tujuan penelitian ini, maka menggunakan metode analisa data “Analisis Deskriptif”, yaitu dengan menggunakan table distribusi dan perhitungan rasio yang didasarkan pada data primer maupun data sekunder yang telah terkumpul. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa media dan alat yang digunakan dalam pemasaran pedagang keliling di Lingkungan Perumahan Kertosari Indah Ponorogo, adalah bervariasi ada yang menggunakan bagian dari peralatan penjualan dan ada alat khusus sebagai simbol pemasarannya. Sedangkan permasalahan dan kendala yang dihadapi, selain adanya pesaing juga apabila barang dagangannya tidak laku terutama pada musim-musim tertentu.*

**Kata Kunci** : Media, Alat Pemasaran, Pedagang Keliling

## **PENDAHULUAN**

Secara kuantitatif jumlah pedagang keliling atau dari berbagai produk yang diperdagangkan jumlahnya cukup banyak, dalam 1 hari lebih dari 25 pedagang, yang keliling dilingkungan Perumahan Kertosari Indah Ponorogo. Jumlah tersebut menggambarkan bahwa pedagang keliling memandang bahwa

dengan usaha tersebut dilihat memiliki keuntungan yang relative besar, hal ini sejalan dengan perilaku masyarakat Ponorogo yang dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-harinya berkeinginan secara cepat dan praktis (instant) yaitu

tidak perlu keluar dari rumah sehingga potret usaha produk ini memiliki peluang yang cukup besar.

Salah satu hal yang menjadi perhatian secara khusus bagi pedagang kecil terutama pedagang keliling adalah strategi pemasaran dan identitas mereka dalam menjajakan dalam menjual barang-barang dagangannya, pengamatan sepintas pedagang keliling yang masuk di lingkungan Perumahan Kertosari Indah Ponorogo dalam strategi pemasarannya ada yang secara tegas dan keras dalam menawarkannya, ada juga yang hanya dengan symbol atau tanda-tanda khusus serta ada yang pasif dalam menawarkan barang dagangannya.

Atas dasar uraian tersebut, diatas dapat dijelaskan bahwa Strategi, Identitas dan Simbol Pemasaran yang dimiliki dan dilakukan oleh Pedagang Keliling memiliki variatif, model dan bentuk yang berbeda-beda. Oleh karena itu untuk dapat memberikan jawaban atas tujuan penelitian ini maka dalam perumusan masalah dapat dijabarkan kedalam beberapa permasalahan sebagai berikut:

- 1). Bagaimana Strategi Pemasaran yang dilakukan oleh pedagang keliling di Lingkungan Perumahan Kertosari Indah Ponorogo?
- 2). Bagaimana Identitas yang dipakai dalam strategi pemasaran oleh pedagang keliling di Lingkungan Perumahan Kertosari Indah Ponorogo?
- 3). Bagaimana Simbol yang digunakan dalam startegi pemasaran pedagang keliling di Lingkungan Perumahan Kertosari Indah Ponorogo?
- 4). Bagaimana bentuk pelayanan yang digunakan pedagang

keliling di Lingkungan Perumahan Kertosari Indah Ponorogo? 5). Bagaimana permasalahan yang dihadapi dalam pemasaran bagi pedagang keliling di Lingkungan Perumahan Kertosari Indah Ponorogo? 6). Bagaimana strategi pengembangan pemasaran pedagang keliling di Lingkungan Perumahan Kertosari Indah Ponorogo? 7). Bagaimana kontribusi pedagang keliling di Lingkungan Perumahan Kertosari Indah Ponorogo untuk pembangunan perekonomian masyarakat khususnya di Ponorogo?

Industri kecil sering diartikan sebagai suatu usaha yang permodalannya relatif kecil dan peralatan (teknologi) yang sangat sederhana, dan berusaha dalam bidang produksi barang-barang tertentu yang dijual untuk memenuhi kelompok konsumen tertentu.

Pengusaha kecil termasuk didalamnya pedagang kecil dan kelilingan rentan terhadap persaingan barang industri besar baik dari sisi kualitas dan kuantitasnya, bahkan juga dihadapkan pada persaingan dengan pasar modern. Maka dalam persaingan global terdapat pertanyaan, masih adakah peluang yang terbuka bagi pengusaha kecil dalam persaingan dan situasi yang sulit serta kompetitif ini? dan kendala apa yang dihadapi untuk mengatasi kondisi tersebut. Dari pertanyaan tersebut merupakan hal yang sangat penting untuk diketahui dan dijawab oleh pelaku usaha kecil.

Menurut (Sugianto 1993), pengusaha kecil di Indonesia memiliki profil sebagai berikut: 1). Usaha lebih bersifat perusahaan keluarga, manajemen usaha dipegang oleh satu orang, biasanya kepala keluarga. Tetapi hal ini justru ada kelebihanannya, karena terdapat kehati-hatian dalam memelihara usahanya. 2). Bekerja-berusaha secara tradisional, menggunakan perelatan dan teknologi yang sederhana. 3). Manajemen dan administrasi keuangannya masih lemah, antara lain tidak ada catatan kegiatan usahanya. Manajemen keuangan antara pribadi dengan keluarga belum terpisah. 4). Bersifat konsumtif, sebagian besar laba dikonsumsi. 5). Jaminan yang dimiliki umumnya tidak mencukupi, bahkan tidak memiliki. 6). Tempat tinggal/usaha pada umumnya merupakan warisan yang bukti kepemilikannya belum diselesaikan atau belum bersertifikat, bahkan ada yang tidak memiliki tempat usaha sendiri. 7). Kesulitan dalam memasarkan produk yang dihasilkan. 8). Sulit mengidentifikasi permasalahan yang timbul dalam usahanya, sehingga pada umumnya mereka hanya menyimpulkan adanya kekurangan modal. 9). Dalam gejolak perekonomian atau perubahan lingkungan makro ekonomi pengusaha kecil tergolong terlambat-terbelakang dalam mendapatkan informasi

Dilihat dari *establishment* (Dorojatun, 1993) jumlah industri kecil atau pengusaha kecil di Indonesia sangat

banyak. Namun keadaannya tidak pernah berbeda dari waktu ke waktu. Umumnya kemampuan untuk mempertahankan pasar secara kontinue agak kurang, karena banyak pesaing. Disamping itu karena produk yang dihasilkan relatif hampir sama dengan industri yang lain, maka sifat substitusinya sangat cepat, sehingga apabila mereka tidak masuk dipasaran dalam beberapa waktu, maka dengan cepat akan diisi oleh pesaing lain.

Secara umum kebijakan pemerintah lebih banyak bersifat *welfare policy* dibandingkan dengan *economic policy*. Dalam *welfare policy* secara langsung atau tidak langsung didasari oleh suatu asumsi bahwa fungsi usaha kecil sebagai penyangga yang dominan, sehingga sering kali diidentikkan dengan kemiskinan dan marjinalitas yang perlu disubsidi. Sedangkan dalam *economic policy* usaha kecil sebenarnya tidak memiliki karakteristik yang berbeda dengan usaha menengah dan besar, sehingga kebijakan pemerintah tidak perlu didasari pada belas kasihan tetapi pada pertimbangan potensi ekonomi. Untuk menjembatani perbedaan tersebut, maka diperlukan pendekatan *bottomup*, dimana pengusaha kecil merumuskan *action plan* yang diusulkan pada pemerintah untuk dijadikan kebijakan. (Marzuki Usman 1998).

Dalam Ensiklopedia Ekonomi, Bisnis dan Manajemen (1997) beberapa kendala yang sering dihadapi oleh

pengusaha kecil (termasuk pedagang kecil-keliling) adalah : 1). Keterbatasan Dana dalam Pengembangan Usaha. Pada umumnya pengusaha industri kecil berasal dari ekonomi lemah dengan pendidikan terbatas. Banyak diantara mereka yang memilih menjadi wirausahawan kecil karena sulit mencari pekerjaan disektor formal dan karena memiliki sedikit ketrampilan yang diwarisi dari orang tuanya. Keterbatasan dana membuat sulit untuk berkembang dan tidak mampu melayani pasar. Bahkan banyak pengusaha ini yang modalnya habis untuk kebutuhan sehari-hari. 2). Keterbatasan kemampuan Teknis yang meliputi pengadaan bahan baku dan peralatan yang standar, desain dan mutu produk, sering disebabkan karena keterbatasan pengetahuan dan teknologi yang tidak memadai, sehingga pengembangan dan penampilan produk pada umumnya kurang menarik, kurang berkualitas dari standar maka menjadikan produk ini tidak-kurang mampu bersaing dengan produk - produk lain yang telah memiliki berbagai kemampuan. 3) Keterbatasan Kemampuan untuk Memasarkan. Keterbatasan kemampuan untuk memasarkan-menjual menyebabkan produk yang telah dihasilkan menjadi tidak dikenal dan tidak mampu menerobos pasar. Akibatnya banyak usaha kecil (pedagang kecil-kelilingan) dipermainkannya para pengusaha besar yang menguasai mata rantai distribusi

pemasaran, sehingga harga ditekan dan kemampuan untuk berkembang menjadi semakin sulit.

Dari perumusan masalah tersebut diatas Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana upaya dan strategi, identitas dan simbol pemasaran yang dilakukan oleh pedagang keliling di lingkungan Perumahan Kertosari Indah Ponorogo, sehingga dari hal tersebut pedagang kelilingan dapat melakukan penetrasi pasar sasaran dengan efektif. Secara khusus penelitian ini memiliki beberapa tujuan yang ingin dicapai yaitu: a). Mengetahui Strategi Pemasaran yang dilakukan oleh pedagang keliling di Lingkungan Perumahan Kertosari Indah Ponorogo. b). Mengetahui Identitas yang dipakai dalam strategi pemasaran oleh pedagang keliling di Lingkungan Perumahan Kertosari Indah Ponorogo. c) Mengetahui Simbol yang digunakan dalam startegi pemasaran pedagang keliling di Lingkungan Perumahan Kertosari Indah Ponorogo. d) Mengetahui bentuk pelayanan yang digunakan pedagang keliling di Lingkungan Perumahan Kertosari Indah Ponorogo. e) Mengetahui permasalahan yang dihadapi dalam pemasaran bagi pedagang keliling di Lingkungan Perumahan Kertosari Indah Ponorogo. f) Mengetahui strategi pengembangan pemasaran pedagang keliling di Lingkungan Perumahan Kertosari Indah Ponorogo. g) Mengetahui kontribusi pedagang keliling di Lingkungan

Perumahan Kertosari Indah Ponorogo untuk pembangunan perekonomian masyarakat khususnya di Ponorogo.

Dari tujuan tersebut peneliti berusaha untuk dapat mencari gambaran yang jelas dengan metode penelitian dan analisis yang akan digunakan, sehingga mampu memberikan kontribusi positif dalam mengembangkan pembangunan ekonomi masyarakat Ponorogo. Disamping itu penelitian ini diharapkan dapat sebagai rujukan bagi pihak-pihak terkait terutama pemerintah dalam mengambil kebijakan, sehingga mampu memberikan kemanfaat bagi semua pihak.

Hasil dari penelitian ini dapat diharapkan memberikan kontribusi sebagai berikut; 1). Dapat memberikan masukan pada Pemerintah daerah khususnya terkait dengan kebijakan pada bidang pengembangan potensi sektor usaha kecil khususnya pedagang kecil serta pedagang keliling. 2). Bahan pertimbangan bagi masyarakat dalam membuka usaha dan lapangan kerja, khususnya disektor pedagang kecil-keliling. 3). Sebagai bahan masukan bagi peneliti selanjutnya, dan pihak lain yang terkait.

## **METODE PENELITIAN**

Subyek penelitian atau informan dalam penelitian ini adalah pedagang keliling di lingkungan Perumahan Kertosari Indah dari berbagai produk yang dijualnya, dengan mengambil beberapa sampel yang di pilih, dan beberapa data

lainnya sebagai pendukung. Metode pengembalian data ini dengan “kuisisioner” yang didukung dengan wawancara langsung, kepada pihak-pihak yang di pilih, metode analisa data dengan menggunakan “Analisis Diskriptif Kuantitatif”.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bagi masyarakat kota Ponorogo yang sering ke pasar tradisional atau warung merasa tidak asing dengan keberadaan para pedagang keliling atau sering disebut pedagang obrokan, karena pedagang ini barang yang diperdagangkan adalah dengan menggunakan rombongan tau obrok dan juga barang jualanya sama dengan yang ada di pasar tradisional, sebab mereka kebanyakan pengambilan barang dagangannya juga dari pasar tradisional. Akan tetapi bagi masyarakat yang jarang ke pasar tradisional atau warung, maka sekarangpun tidak lagi mengalami kesulitan untuk mendapatkan barang-barang tersebut, karena sekarang ini pedangan keliling telah cukup banyak menyediakan barang-barang yang di butuhkan oleh para konsumen. Dalam menjalankan usahanya, pedagang ini mengambil barang-barang dari pasar dan kemudian dengan sarana yang ada (sepeda pancal atau motor) mereka keliling kebeberapa tempat konsumen.

Berdasarkan hasil pengumpulan data (kuesioner dan wawancara langsung) diperoleh data yang menggambarkan kondisi dan keadaan dari masing-masing pedagang keliling, sebagai berikut pertama Identitas Pedagang Kliling di Perumahan Kertosari Indah. Dari data dapat di ketahui bahwa pedagang keliling di lingkungan perumahan Kertosari Indah, untuk perempuannya sebanyak 3 orang, atau 23% dari 13 pedagang yang diteliti, sedangkan sisanya pedagang laki-laki. Dari katagori usaha milik juragan sebanyak 5 atau 38,46%, produksi/milik sendiri sejumlah 6 atau 46,15%, kulakan terdapat 2 atau 15,38%, dengan pendidikan bervariasi, dari SMP sampai SLTA, sedang barang dagangan dari makanan siap saji sampai bahan makanan. Kedua Keadaan Pedagang Keliling di Perumahan Kertosari Indah. Dari hasil pengolahan data menunjukkan dalam melakukan proses perdagangannya penjual keliling ini menggunakan berbagai sarana yang ada gerobak dorong, Gerobak Sepeda dan Gerobak Motor, dan cakupan wilayah dagang atau kelilingannya ada yang hanya di lingkungan perumahan Kertosari Indah, dan juga ada yang masuk di beberapa tempat. Adapun jam atau waktu keliling bervariasi ada yang pagi siang, sore dan malam, sehingga lingkungan perumahan Kertosari Indah tidak sepi dari para pedagang keliling. Dari usaha yang dijalankan pedagang keliling ini memiliki

modal dan omset yang besarnya relative sama, sedang nilai keuntungan yang diperoleh berkisar dari 10 – 15% dari omset yang didapat. Ketiga Tanda dan Simbul Pemasaran Pedagang Kliling di Perumahan Kertosari Indah. 3). Dari pengolahan data, menunjukkan informasi bahwa pedagang kliling ini dalam melakukan penjualan selain membawa perlengkapan pokok juga membawa peralatan pendukung yang digunakan untuk tanda atau simbul pemasarannya. Dari simbul pemasaran tersebut memiliki ciri-ciri khusus antara pedagang satu dengan pedagang lainnya yang menunjukkan identitas dari pedagang yang bersangkutan, dan simbul atau tanda ini oleh pelanggan banyak telah dihafali, bahwa dari bunyi yang dikeluarkan pelanggan akan dapat menafsirkan terhadap pedagang yang lewat dan barang yang dijualnya, namun demikian terkadang juga terdapat bunyi yang sama tetapi untuk pedagang dan barang yang di jual berbeda. Media dan alat yang digunakannya bervariasi antara satu dengan lainnya, ada yang hanya menggunakan media dari peralatan yang dibawa untuk dagang sampai ada yang khusus menggunakan media alat tersendiri. Keempat Pemasaran dan Pelayanan Pedagang Kliling Di Lingkungan Perumahan. 4). Berdasarkan hasil data dan pengamatan di lapangan, diketahui bahwa di semua pedagang killing di Perumahan Kertosari Indah,

melakukan berbagai upaya pemasaran bagaimana caranya barang dagangannya dapat laku dan pembelinya merasa puas terhadap barang yang di konsumsinya, disamping itu pedagang ini juga memberikan pelayanan yang ramah dan juga mengalami permasalahan yang sama disaat-saat barang yang dijual tidak laku.

Dari pembahasan penelitian tersebut di atas, strategi, identitas dan simbol pemasaran yang dilakukan oleh pedagang keliling dilingkungan Perumahan Kertosari Indah Ponorogo, memiliki berbagai bentuk dan cara dalam memasarkan produk yang jualnya. Hal ini dapat dilihat dari simbol atau tanda yang di buat, makna dan arti simbol tersebut, sampai pada strategi dan cara pelayanan pemasaran.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan dalam bab terdahulu, maka dalam penelitian Strategi, Identitas dan simbol pemasaran pedagang keliling dilingkungan Perumahan Kertosari Indah Ponorogo, dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Bahwa pedagang keliling di Lingkungan Perumahan Kertosari Indah Ponorogo memiliki Strategi Pemasaran yang dilakukan, dengan selalu dekat dengan pelanggan dan memberikan kebebasan dalam pelayanan.

- b. Pedagang keliling di Lingkungan Perumahan Kertosari Indah Ponorogo memiliki Identitas tersendiri yang dipakai dalam strategi pemasaran, sehingga dapat di kenal oleh pelanggan.
- c. Simbol yang digunakan dalam startegi pemasaran pedagang keliling di Lingkungan Perumahan Kertosari Indah Ponorogo, adalah bervariasi ada yang menggunakan bagaian dari peralatan penjualan dan ada alat khusus sebagai simbol pemasarannya.
- d. Pedagang keliling di Lingkungan Perumahan Kertosari Indah Ponorogo sebagai usaha jasa perdagangan memiliki bentuk pelayanan yang ramah dan luwes pada pelanggan.
- e. Permasalahan dan kendala yang dihadapi dalam pemasaran bagi pedagang keliling di Lingkungan Perumahan Kertosari Indah Ponorogo, selain adanya pesaing juga apabila barang dagangannya tidak laku terutama pada musim-musim tertentu.

## **SARAN DAN TINDAK LANJUT**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan tersebut di atas, beberapa saran dan rekomendasi yang dapat diberikan adalah :

- a. Kepada pihak terkait, keberadaan sektor informal telah menunjukkan perkembangan yang cukup signifikan dari tahun ke tahun. Perkembangan

- tersebut mempunyai dampak yang positif, baik terhadap penerimaan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Ponorogo, maupun sebagai upaya untuk meningkatkan pendapatan masyarakat, membuka lapangan pekerjaan dan mengurangi angka pengangguran. Oleh sebab itu, pemerintah daerah sangat dibutuhkan keperpihakan dan peranannya untuk menyediakan sarana dan prasarana yang mendukung, termasuk juga pelatihan, pembinaan dan bantuan permodalan.
- b. Bagi masyarakat Ponorogo, keberadaan Pedagang Keliling di Lingkungan Perumahan Kertosari Indah Ponorogo dapat digunakan sebagai referensi, bahwa masih cukup adanya peluang untuk membuka suatu usaha dan juga memenuhi berbagai kebutuhan masyarakat, baik menyangkut produk, pelayanan dan kebutuhan lainnya dengan bentuk dan cara strategi yang berbeda.
  - c. Peneliti selanjutnya. Kendala yang dihadapi dalam melakukan penelitian, terkait sektor informal, adalah permasalahan waktu untuk melakukan wawancara mendalam. Pelaksanaan penggalan data menjadi kurang maksimal jika hanya dilakukan di pada jam-jam mereka sibuk melakukan aktivitas perdagangan. Oleh karena itu, penggalan data dapat juga dilakukan di tempat tinggal mereka dan juga ditempat sumber pengambilan barang yang dijual belikannya.
  - d. Di rekomendasikan kepada pihak-pihak terkait, (Pemerintah, dinas dan Perguruan Tinggi) untuk adanya pembinaan dan pelatihan secara langsung kepada pedagang keliling, supaya dapat lebih efektif dalam melakukan pemasarannya, sehingga dapat mencapai hasil yang maksimal.
  - e. Penelitian ini supaya dapat maksimal diperlukan tindak lanjut yang lebih luas cakupannya dari sisi obyek, materi pembahasan dan juga bila perlu diadakan bentuk-bentuk pengabdian masyarakat, secara langsung kepada pedagang, oleh pihak yang terkait.

## DAFTAR PUSTAKA

- Badrus Samsi Ahmad, 1993, *Profil Usaha Kecil dan Kebijakan Kredit Perbankan di Indonesia; Perkreditan dan Pengembangan Usaha Kecil*. Jakarta, Lembaga Manajemen FE-UI
- Dorojatun Kuntjoro Jakti, 1993, *Profil Usaha Kecil dan Kebijakan Kredit Perbankan di Indonesia; Upaya Optimalisasi Penyaluran Kredit Usaha Kecil*. Jakarta, Lembaga Manajemen FE-UI
- Fredy Rangkuti, 1997, *Riset Pemasaran*, Jakarta; Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama
- Hidayat, 1978. "Pengembangan Sektor Informal dalam Pembangunan Nasional: Masalah dan Prospek",



- Pusat Penelitian Ekonomi dan Sumber Daya Manusia Fakultas Ekonomi Universitas Padjadjaran, Bandung
- Kwik Kian Gie, 1997, "*Ensiklopedia Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*"
- Marzuki Usman, 1998, *Kekuatan Kolektif Sebagai Strategi Mempercepat Pemberdayaan Usaha Kecil: Meningkatkan Bargaining Position Usaha Kecil Melalui Pengembangan Kekuatan Kolektif*, Jakarta; The Asia Foundation dan CESS
- Porter, Michael E, *Keunggulan Bersaing Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul*, Jakarta Erlangga.
- Roos K. Andadari, 1998, *Kekuatan Kolektif Sebagai Strategi Mempercepat Pemberdayaan Usaha Kecil: Isu Peluang Bisnis di Masa Krisis* Jakarta; The Asia Foundation dan CESS
- Sugianto, 1993, "*Profil Usaha Kecil dan Kebijakan Kredit Perbankan di Indonesia: Upaya Optimalisasi Penyaluran Kredit Usaha Kecil (Pandangan Perbankan)*", Lembaga Manajem FE-UI, Jakarta.
- , 2002 *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta; Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama