



**STRATEGI PEMASARAN PADA PEDAGANG KAKI LIMA DI PUSAT
JAJANAN RAKYAT KABUPATEN LUMAJANG**

SKRIPSI

**Oleh :
Muhammad Eka Rahman
0702103911149**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER
2013**



**STRATEGI PEMASARAN PADA PEDAGANG KAKI LIMA DI PUSAT
JAJANAN RAKYAT KABUPATEN LUMAJANG**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Pendidikan Ekonomi (S1) dan
mencapai gelar Sarjana Pendidikan

Oleh :
Muhammad Eka Rahman
070210391149

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER
2013**

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa hormat kupersembahkan skripsi ini untuk

1. Kedua orang tuaku Bapak Supriyadi S.Pd dan Ibu Amniyah S.Pd.I, terima kasih atas cinta, kasih sayang, pengorbanan, dan Doa yang selalu ditujukan untuk kami.
2. Saudaraku adiku Dwi Rahmatur Rijal terima kasih telah menjadi pemompa semangat studi selama ini.
3. Bapak dan Ibu Guru sejak Taman kanak-kanak sampai SMA, terima kasih telah mengalirkan pemahaman dan membimbingku untuk mendapatkan ilmu
4. Bapak dan Ibu dosen FKIP Pendidikan Ekonomi yang telah membuka wawasan ilmu lebih luas.
5. Almamaterku kebanggaanku Universitas Jember yang telah memberikan banyak pengetahuan, pengalaman dan makna kehidupan.

MOTTO

“

(dan berapa banyak makhluk bergerak yang bernyawa yang tidak (dapat) mengurus rezeqinya sendiri, Allah-lah yang member rezeqi kepadanya dan kepadamu. Dia

Maha Mendengar, Maha Mengetahui

*(surat AL-ANKABUT ayat 60)**

“Manusia bisa diidentifikasi dari segala aspek tapi mereka tidak sama satu sama lain, hormati satu sama lain, karena dari ketidaksamaan manusia tetap sama dihadapan Tuhannya”

(Penulis)

*) Departemen Agama Republik Indonesia. 2004. Al Quran dan terjemahannya. Surabaya: DANAKARYA. Penerbit ; MEKAR SURABAYA

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Eka Rahman

NIM : 070210391149

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul : “*Strategi Pemasaran Pada Pedagang Kaki Lima di Pusat Jajanan Rakyat Kabupaten Lumajang*” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada institusi manapun serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 30 Januari 2013
Yang Menyatakan

Muhammad Eka Rahman
070210391149

SKRIPSI

STRATEGI PEMASARAN PADA PEDAGANG KAKI LIMA DI PUSAT JAJANAN RAKYAT KABUPATEN LUMAJANG

Muhammad Eka Rahman

NIM 070210391149

Pembimbing

Dosen Pembimbing I : Drs. Umar HMS, M.Si.

Dosen Pembimbing II : Drs. Pramono Adi S., M.Si

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul *Strategi Pemasaran Pada Pedagang Kaki Lima di Pusat Jajanan Rakyat Kabupaten Lumajang* telah diujikan disahkan oleh Fakultas dan Keguruan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Hari, tanggal : Rabu, 30 Januari 2013

Tempat : Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Jember

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris

Drs. Joko Widodo, M.M.
NIP. 19600217 198603 1 003

Dr. Sri Kantun, M. Ed.
NIP.19581007 198602 2 001

Anggota I

Anggota II

Prof. Dr. Bambang Hari P, M.A.
NIP 19620121 198702 1 003

Drs. Umar HMS, M.Si.
NIP. 19621231 198802 1 001

Mengetahui
Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Kependidikan
Universitas Jember

Prof. Dr. Sunardi, M.Pd.
NIP 19540501 198303 1 005

RINGKASAN

“Strategi Pemasaran Pada Pedagang Kaki Lima di Pusat Jajanan Rakyat Kapuaten Lumajang , Muhammad Eka Rahman, 070210391149; 2013: 45 halaman; program studi pendidikan ekonomi jurusan pendidikan IPS Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Kegiatan ekonomi dilakukan manusia untuk mencapai kemakmuran, salah satunya dengan melakukan kegiatan usaha baik dengan skala kecil sampai skala besar, tergantung dari kekuatan modal, sumber daya manusia dan peluang untuk berusaha, dalam era globalisasi jenis usaha bermunculan dengan berbagai macam karakteristik, sektor jasa dan sektor perdagangan berkembang dengan pesat, sektor jasa yang mengutamakan pelayanan berlomba-lomba memberikan pelayanan terbaik bagi konsumen, sehingga kepuasan konsumen menjadi prioritas usaha di sektor ini.

Opportunity dalam usaha akan menciptakan persaingan antar pedagang yang jenis usaha dagangya hampir sama, dengan keberadaan pusat jajanan rakyat secara langsung menciptakan persaingan usaha antara pedagang satu dengan pedagang lain dalam menggaet konsumen,, banyak hal yang harus dilakukan pedagang kaki lima yang bertempat di pusat jajanan rakyat untuk menciptakan loyalitas pelanggannya, salah satunya kedekatan para pelanggan dengan pedagang, tempat yang bersih, dan juga inovasi menu yang ada. Ini yang terlihat oleh peneliti setelah melakukan observasi di area pujasera Lumajang, dari sedikit percakapan dengan konsumen bahwa mereka mempunyai kedekatan secara emosional dengan pemilik stand, sehingga mereka selalu meluangkan waktunya

Pedagang kaki lima selama ini identik dengan menjajakan keliling, perlahan berubah paradigmanya, pedagang kaki lima telah menempati suatu tempat tertentu secara permanen, dimana tempat tersebut merupakan lahan strategis untuk mendapatkan konsumen, pemerintah daerah juga menaruh perhatian terhadap

pedagang kaki lima, sehingga banyak di daerah yang pemerintah daerahnya mengeluarkan surat keputusan untuk menetapkan area- area tertentu menjadi pusat kegiatan ekonomi kecil menengah salah satunya pedagang kaki lima, sehingga pedagang kaki lima tertampung dan tertata dengan baik, ini merupakan suatu perlindungan yang diberikan pemerintah terhadap usaha kecil menengah yang ingin tetap mempertahankan dan mengembangkan usahanya.

Pedagang secara bertahap telah menerapkan konsep strategi pemasaran dalam usahanya, walaupun mereka tidak pernah menganggap kedekatan emosional menjadi salah satu strategi memasarkan produknya, setiap usaha yang dilakukan yang berhubungan dengan memproduksi barang maupun jasa pasti membutuhkan strategi pemasaran yang baik, agar barang dan jasa yang diproduksi alirannya menjadi lancar dan menghasilkan laba yang diinginkan, walaupun sektor yang dijalankan bersifat mikro, para pedagang kaki lima berhasil menciptakan modal usaha untuk mempertahankan usahanya sekaligus mengembangkan usaha

Kata kunci: Pedagang kaki lima, Strategi Pemasaran, Mengembangkan Usaha

PRAKATA

Syukur Alhamdulillah ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah yang berjudul “*Strategi Pemasaran Pada Pedagang Kaki Lima di Pusat Jajanan Rakyat Kabupaten Lumajang*”

Karya tulis ilmiah ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tiada terhingga kepada:

1. Prof. Dr. Sunardi, M.Pd., selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
2. Drs. Sumarjono, M.Si, selaku Ketua Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
3. Drs. Bambang Suyadi, M.Si, selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
4. Dr. Sri Kantun, M.Ed. selaku Dosen Pembimbing Akademik;
5. Drs. Umar HMS, M.Si, selaku Dosen Pembimbing I, Alm. Drs. Pramono Adi S, M.Si. selaku Dosen Pembimbing II, dan Drs. Joko Widodo, M.M. selaku Pembahas Seminar;
6. Bapak Drs. Bambang selaku Kepala Bagian Dinas Perindustrian dan Perdagangan ;
7. Bapak Heriyanto bendahara Paguyuban PKL PJR Lumajang sekaligus informan penelitian
8. Zahra imama S.farm telah bersusah payah memberikan semangat, penguatan, harapan dan semua hal yang dilewati bersama

9. Teman-teman baik Muhammad Yanuar Iqbal, Ary Dwi Wicaksono, Yanuar Hengky P.S., Ragariar Jati J, Angga Prihartono, Hasrul ansori, Agung dwi Bismoko dan semua teman yang tidak bis saya sebutkan satu- satu,,terima kasih atas kebersamaannya selama ini;
10. Seluruh teman-teman Pendidikan Ekonomi angkatan 2007, terima kasih atas kebersamaan yang penuh kenangan;
11. Seluruh teman-teman (KKL maupun PPL) yang pernah hadir dalam perjalanan studiku di Universitas Jember ini;
12. Almamaterku tercinta universitas jember yang telah memberikan banyak pengetahuan, pengalaman dan sebuah makna kehidupan.

Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap, semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Amin.

Jember, 30 Januari 2013

Muhammad Eka Rahman

DAFTAR ISI

	HALAMAN
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PEMBIMBINGAN	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
RINGKASAN	vii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Penelitian Terdahulu	6
2.2 Strategi Pemasaran.	7
2.3 Relationship Marketing	11
2.4 Pengertian Pedagang Kaki Lima	12
2.5 Karakteristik Pedagang kaki Lima	13
2.6 Mengembangkan Usaha	15
2.7 Model Pengembangan Usaha	18

2.8 Kerangka Berfikir	20
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Pendekatan Dan Metode Tipe Penelitian	23
3.2 Populasi Dan Sampel	24
3.3 Tahap Persiapan	24
3.4 Tahap Pengumpulan Data	26
3.5 Analisis Data	27
3.6 Pemeriksaan Keabsahan Data	27
3.7 Penarikan Kesimpulan	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	29
4.1 Sejarah dan Perkembangan PJR	29
4.2 Lokasi PJR	30
4.3 Fasilitas pendukung	30
4.4 Manajemen PJR	31
4.5 Hasil Penelitian	31
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	46
5.1 Kesimpulan	46
5.2 Saran	47
Daftar Pustaka	48
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Berbagai Jenis Tindakan Perusahaan	8
2.2 Bauran Pemasaran Orisinil	9
2.3 Pengukuran Orientasi Pasar	11
4.1 Indikator Pencapaian dan Masalah PKL	31

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
4.2 lokasi PJR.....	31

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Wawancara Pedagang kaki lima.....	49
2. Wawancara indikator Joseph Gultinan dan W.Paul	60
3. Foto Dokumentasi.....	61
4. Surat Izin Penelitian.....	63
5. Perda No.8 tahun 2006	64