



COMTE: Journal of Sociology Research and Education is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

Accepted May 16, 2025, Approved June 20, 2025, Published July 31, 2025

## **Strategi Pedagang Kaki Lima Bertahan di Tengah Dinamika Perekonomian dan Perubahan Perilaku Konsumsi Masyarakat di Kecamatan Sambas, Kabupaten Sambas**

Aksal Jaya Putra<sup>1</sup>, Romi Mesra<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Hukum dan Sosial Politik, Universitas Terbuka  
E-mail: [ayahraisa3312@gmail.com](mailto:ayahraisa3312@gmail.com)

<sup>2</sup>Program Studi Pendidikan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Manado  
E-mail: [romimesra@unima.ac.id](mailto:romimesra@unima.ac.id)

**Abstract.** This study aims to provide an overview of current market conditions regarding changes in economic dynamics and community consumption behavior, especially in Sambas District, Sambas Regency, which is a challenge for street vendors to survive amidst changes and dynamics of the economy and changes in community consumption behavior. The research method used for data collection is a qualitative research method through observation, interviews and documentation. The results of the study obtained are that economic changes have a significant impact on the income of street vendors, especially in dealing with market dynamics and changes in consumer behavior. These things, such as economic instability including inflation, fluctuations in raw material prices, and changes in regulations, affect people's purchasing power, which leads to a decrease in street vendor turnover. Recommendations that can be given to street vendors, namely in order to compete with developments and changes in consumption behavior, can implement business digitalization strategies, increase the capacity of understanding business management, innovation and marketing strategies, and the need for collaboration with other businesses.

**Keywords:** Consumption Behavior, Economic Dynamics, Society, Strategy, Street Vendors.

**Abstrak.** Penelitian kali ini bertujuan untuk memberikan gambaran tentang kondisi pasar saat ini terhadap adanya perubahan dinamika perekonomian dan perilaku konsumsi masyarakat khususnya di Kecamatan Sambas Kabupaten Sambas, yang menjadi tantangan bagi pedagang kaki lima untuk dapat bertahan di tengah perubahan dan dinamika perekonomian serta perubahan perilaku konsumsi masyarakat. Metode penelitian yang digunakan untuk pengumpulan data yaitu metode penelitian kualitatif melalui pengamatan, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian yang diperoleh yaitu perubahan perekonomian memiliki dampak yang signifikan terhadap pendapatan pedagang kaki lima terutama dalam menghadapi dinamika pasar dan perubahan perilaku konsumen. Hal tersebut seperti ketidakstabilan ekonomi diantaranya inflasi, fluktuasi harga bahan baku, serta perubahan regulasi, mempengaruhi daya beli masyarakat, yang berujung pada penurunan omset pedagang kaki lima. Rekomendasi yang dapat diberikan kepada para pedagang kaki lima yaitu dalam rangka bersaing dengan perkembangan dan perubahan perilaku konsumsi dapat menerapkan strategi digitalisasi usaha, peningkatan kapasitas pemahaman tentang manajemen usaha, inovasi dan strategi pemasaran, serta perlunya kolaborasi dengan usaha lainnya.

**Kata Kunci:** Dinamika Perekonomian, Masyarakat, Pedagang Kaki Lima, Perilaku Konsumsi, Strategi.

### **A. Pendahuluan**

Pedagang kaki lima merupakan pedagang yang berjualan di tepi jalan yang menyediakan barang, makanan dan minuman yang dibutuhkan masyarakat, seperti yang disampaikan oleh Mohammad Noor

Khairullah, Sukma Irdiana, Kurniawan Yunus Ariyono, Kusnanto Darmawan, (2022). Pedagang kaki lima merupakan kelompok usaha mikro yang selalu eksis, meskipun terjadi krisis ekonomi. Keberadaan pedagang kaki lima sangat diperlukan dalam roda kehidupan ekonomi masyarakat kecil. Hal ini dapat dimaklumi, karena pada umumnya pedagang kaki lima menjual barang – barang yang dibutuhkan oleh konsumen menengah ke bawah, terutama yang berkaitan dengan makanan dan minuman.

Pedagang kaki lima dalam menjalankan perannya dipengaruhi oleh dinamika perekonomian yaitu ketidakpastian perekonomian, yang mana hal tersebut bersumber pada inflasi, seperti yang disampaikan Lili Artati, Nurul Syuhada, Nur Avika, Joni Hendra, (2025). Dengan terjadinya inflasi, yang mana kondisi harga suatu barang atau jasa mengalami kenaikan yang drastis sehingga membuat daya beli pun kian menurun. Dengan menurunnya daya beli dari waktu – ke waktu, dapat menyebabkan menurunnya pendapatan pada suatu negara dan standar hidup yang ada yang membuat masyarakat miskin menjadi semakin miskin. Dampak selanjutnya adalah ketidakseimbangan pendapatan, yang artinya ada beberapa pihak merasakan keuntungan pada saat terjadinya inflasi sementara pihak lainnya mengalami kerugian yang besar. Inflasi merupakan tingkat kenaikan harga secara umum dari barang/komoditas dan jasa selama suatu periode tertentu.

Selain itu, juga perkembangan beberapa tahun terakhir telah muncul retail – retail modern baik menjual barang, maupun makanan dan minuman. Apabila melihat daya saing harga, untuk harga di kelas pedagang kaki lima masih terjangkau, akan tetapi tawaran menarik pada retail modern yaitu selain makanan dan minuman yang variatif, juga tempat yang disajikan dikemas dengan sangat menarik sehingga menimbulkan kenyamanan bagi pembeli atau pelanggan yang datang. Salah satu penelitian yang disampaikan oleh Indah Anggraini Hasibuan, dalam skripsi berjudul “Analisis Dampak Berdirinya Toko Modern Terhadap Pedagang Kecil dan Konsumen di Kecamatan Padangsidimpuan”, (2022). Bahwa dampak kehadiran toko modern terhadap pedagang kecil memberikan dampak negatif bagi perkembangan usaha pedagang kecil ini. Pendapatan perharinya semakin lama semakin mengalami penurunan dari pada sebelumnya serta sesudahnya toko modern di sekeliling usaha yang tidak melihat jarak yang sangat dekat dengan pedagang kecil, karena pelanggan banyak beralih berbelanja di toko modern ini.

Dalam menghadapi perubahan dinamika perekonomian dan perubahan pola konsumsi, perlu adanya strategi pemasaran, seperti yang disampaikan oleh Mohammad Noor Khairullah, Sukma Irdiana, Kurniawan Yunus Ariyono, Kusnanto Darmawan, (2022). Strategi pemasaran merupakan salah satu cara untuk memenangkan suatu keunggulan bersaing, baik bagi perusahaan yang memproduksi barang maupun jasa. Merumuskan strategi pemasaran berarti melakukan tiga langkah prosedur secara sistematis, mulai dari strategi segmentasi pasar, strategi pasar sasaran, dan strategi penentuan posisi pasar.

Dalam melakukan strategi pemasaran salah satunya melakukan usaha promosi yang inovatif, seperti yang disampaikan oleh Jenie Posumah, Sestia Guratji, Oktria Veni, Romi Mesra, (2024). Untuk mempertahankan dan meningkatkan minat beli, perusahaan dapat menggunakan promosi yang baik untuk membuat produknya lebih dikenal oleh masyarakat atau konsumen. Promosi penjualan yang dimaksudkan di sini adalah jenis promosi yang memberikan potongan harga kepada pelanggan.

Berdasarkan CNBC Indonesia, berjudul “Banyak Yang Was – Was, Begini Kondisi Terkini Ekonomi Indonesia”, bahwa situasi ekonomi Indonesia menurut catatan sejumlah pihak masih terbilang kondusif di tengah beratnya tantangan ekonomi global. Daya beli masyarakat tengah bermasalah karena memang dari sisi pendapatan atau *income riil* tengah menurun, disebabkan dampak PHK yang terus menerus terjadi di berbagai sektor usaha. (Rachman, 2025).

Berdasarkan Kompas, berjudul “Ancaman Ekonomi 2025, Bagaimana Kelas Menengah Bertahan?”, bahwa Tahun 2025 menjadi masa penuh tantangan bagi kelas menengah Indonesia. Berbagai indikator ekonomi nasional menunjukkan situasi yang semakin memburuk. Deflasi berturut-turut terjadi sejak awal tahun, dengan deflasi tahunan Februari mencapai 0,09 %, situasi yang terakhir kali terjadi 25 tahun lalu. Sementara itu, nilai tukar rupiah juga melemah tajam, menyentuh level Rp. 16.575 per dolar

AS, sementara Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) turun ke level terendah sejak 2021, yaitu mencapai 6.300. (Firdaus, 2025).

Pada penelitian berjudul “Pengaruh Harga Minyak Dunia, Nilai Tukar dan Inflasi terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia”, bahwa pemerintah sebagai pembuat kebijakan harus mampu memperhatikan perkembangan harga minyak dunia, mengingat pengaruh fluktuasi harga minyak sangat berpengaruh besar terhadap pembentukan laju inflasi dan laju pertumbuhan ekonomi. (Arifin, 2016).

Pada penelitian yang berjudul “Tantangan dan Peluang Dalam Penerapan Strategi Pemasaran Pedagang Kaki Lima di Kota Serang” bahwa pedagang kaki lima di Kota Serang Mengadopsi beragam pendekatan dalam pemasaran produk mereka. Beberapa menggunakan metode tradisional seperti promosi lisan atau papan reklame sederhana, sementara yang lain lebih condong kepada media sosial atau aplikasi pengiriman makanan. (Fidziah, Guli, Sucihati, dan Febrianata, 2024).

Pada penelitian yang berjudul “Strategi Pedagang Kaki Lima dalam Meningkatkan Pendapatan”, dalam penelitian tersebut diterangkan bahwa Persaingan antar pedagang kaki lima dengan pedagang yang lebih besar sangat ketat dimana sebagian pembeli lebih mengarah di toko-toko atau swalayan dengan alasan di tempat tersebut lebih lengkap dan murah dibanding di warung-warung kecil sehingga menimbulkan pendapatan pedagang kaki lima sangat minim, terlebih lagi persaingan antar pedagang kaki lima, misalnya warung makan, penjual minuman, penjual pakaian semuanya mereka memiliki saingan yang begitu banyak. (Dahlena, Arsyad, dan Sarpin, 2021).

Pada penelitian yang berjudul “Dampak *Online Shop* terhadap Pedagang Buku Blok M Square Kebayoran Baru”, bahwa pada awalnya pedagang hanya menjual buku secara konvensional yang langsung interaksi dengan pembeli dan begitu juga dengan kemunculan online shop tidak langsung berpengaruh dengan pedagang buku, tetapi selang beberapa tahun ada perubahan perilaku konsumen yang mengarah dengan berbelanja di *online shop*, sehingga para pedagang buku mulai merasakan dampak dari *online shop* dengan makin sepi pengunjung atau pembeli yang datang. Dengan semakin besarnya dampak *online shop* ini para pedagang merespon dengan mengikuti kemana arah para konsumen, sehingga para pedagang buku mulai mencoba jual beli buku secara *online* dengan aplikasi seperti Bukalapak, Shopee, Tokopedia dll. (Situmorang dan Mesra, 2024).

Berdasarkan “Kabupaten Sambas Dalam Angka 2025 Vol 34 Tahun 2025”, Perdagangan sebagai salah satu sektor yang memegang peranan cukup penting dalam perekonomian Kabupaten Sambas sehingga perlu terus dikembangkan seiring dengan kemajuan pembangunan guna lebih meningkatkan pendapatan daerah, perluasan lapangan kerja dan pemerataan kesempatan berusaha. Apalagi sektor perdagangan merupakan tumpuan yang memberikan kontribusi terbesar kedua setelah sektor pertanian terhadap perekonomian daerah. (BPS Kabupaten Sambas, 2025).

Pedagang kaki lima memiliki peran penting dalam perekonomian lokal, termasuk di Kecamatan Sambas Kabupaten Sambas. Para pedagang kaki lima menyediakan barang dan jasa dengan harga terjangkau, membantu meningkatkan daya beli masyarakat, serta menciptakan lapangan kerja. Akan tetapi, dengan perkembangan perekonomian saat ini, menimbulkan dilematik bagi pedagang kaki lima untuk bertahan, yang mana kondisi perekonomian daerah sangat bergantung pada perekonomian global sehingga menimbulkan ketidakpastian perekonomian khususnya dipengaruhi inflasi. Munculnya inflasi mempengaruhi pada daya beli masyarakat untuk berbelanja termasuk pada pedagang kaki lima, yang mana masyarakat akan lebih berhemat dan mengeluarkan uangnya untuk kepentingan yang lebih utama dan selektif.

Di samping kondisi perekonomian daerah, munculnya pedagang dengan retail modern mempengaruhi pada perubahan pola konsumsi masyarakat di Kecamatan Sambas Kabupaten Sambas yang selalu mengikuti tren yang selalu dinamis, sehingga menjadi tantangan pedagang kaki lima yang semakin terpinggirkan, yang mana pedagang yang berlatarbelakang perusahaan besar saat ini berani

langsung turun ke lapangan dengan menawarkan harga dan bermacam – macam pilihan, serta memanfaatkan sistem digitalisasi untuk mempromosikan penjualannya.

Pada penelitian terdahulu, para peneliti hanya terfokus pada satu aspek permasalahan yang dihadapi pedagang kaki lima dan strategi pemasaran pedagang kaki lima terhadap munculnya pedagang – pedagang baru sebagai pesaing di dunia perdagangan, tanpa melihat faktor lain yang mempengaruhi pedagang kaki lima untuk dapat bertahan dan menjadi tantangannya untuk mempertahankan bisnis yang dijalankan. Berkaitan hal tersebut, sehingga perlu dilakukan analisis terhadap faktor-faktor lain yang menjadi tantangan bagi pedagang kaki lima baik untuk menjual barang, makanan dan minuman yang dijualnya, juga untuk bertahan.

Tantangan pedagang kaki lima semakin kompleks, ditekankan bahwa tidak hanya dari munculnya pedagang-pedagang baru yang menjadi pesaing, akan tetapi juga sebagai akibat dari dinamika perekonomian yang berubah-ubah dan pergeseran pola konsumsi masyarakat yang lebih mengikuti tren modern. Fokus penelitian ini, adalah bagaimana pedagang kaki lima siap menghadapi dan bertahan di tengah ketidakpastian perekonomian dan munculnya tren modern yang mengubah perubahan pola konsumsi masyarakat, yang berdampak besar pada pendapatan dan eksistensinya untuk bertahan di tengah perekonomian dan retail modern yang mempengaruhi pola konsumsi masyarakat.

Selain itu, fenomena berdasarkan hasil pengamatan di Kecamatan Sambas Kabupaten Sambas, telah banyak muncul retail-retail modern baik yang menjual makanan dan minuman maupun barang lainnya, yang mana selain menyediakan makanan dan minuman yang variatif, juga kenyamanan tempat sehingga memberikan kepuasan bagi pelanggan atau pembeli yang datang. Hal tersebut secara tidak langsung, akan menggeser pembeli yang sebelumnya terbiasa berbelanja di lokasi pedagang kaki lima, dan kemudian memilih berbelanja ke retail modern.

## **B. Tinjauan Literatur**

### **1. Pedagang Kaki Lima**

Berdasarkan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 125 Tahun 2012 Pasal 1, bahwa 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/menetap.

Penelitian berjudul Analisis Kebijakan Penataan Pedagang Kaki Lima Dalam Perspektif Kebijakan Deliberatif, bahwa pedagang kaki lima merupakan pelaku usaha yang melakukan usaha perdagangan dengan menggunakan sarana usaha bergerak dan tidak bergerak. Pedagang kaki lima biasanya menggunakan prasarana kota (trotoar), fasilitas sosial, fasilitas umum (taman), lahan dan bangunan milik pemerintah atau swasta, secara sementara ataupun tidak menetap. (Fitriana, Auliya, dan Widiyarta, 2020).

### **2. Dinamika Perekonomian**

Pada penelitian berjudul “Dinamika Perekonomian Indonesia : sebuah Tinjauan Historis dari Sentralisasi ke Desentralisasi”, bahwa dinamika tersebut tercermin dalam pergeseran kebijakan ekonomi yang mengarah pada pengalihan wewenang dan tanggung jawab dari pemerintah pusat ke pemerintah daerah serta unit – unit ekonomi lokal. Fenomena ini tidak hanya mencakup aspek ekonomi semata, tetapi juga terikat erat dengan dinamika politik, sosial, dan budaya yang mempengaruhi arah perkembangan perekonomian Indonesia. (Ayu, Daulay, dan Gowasa, 2024).

Dinamika perekonomian mengacu pada perubahan dan perkembangan dalam sistem ekonomi suatu negara atau wilayah, yang dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kebijakan pemerintah, kondisi pasar, teknologi, serta tren global. Dinamika perekonomian mencerminkan bagaimana suatu ekonomi

beradaptasi terhadap tantangan dan peluang, termasuk fluktuasi harga, perubahan pola konsumsi, serta inovasi dalam industri dan perdagangan. (Fahrudin, 2025).

Salah satu dinamika perekonomian yaitu inflasi, seperti pada penelitian berjudul Analisis Dinamika Inflasi dan Implikasinya terhadap Stabilitas Ekonomi di Indonesia, bahwa inflasi yang tidak terkendali dapat merugikan kemampuan masyarakat untuk membeli barang dan jasa, mengganggu perencanaan keuangan, dan menciptakan tekanan ekonomi suatu negara, tetapi juga memiliki dampak yang luas pada kesejahteraan dan stabilitas sosial. (Sekarsari, Az Zahra, Ayuningtyas, dan Fadilla, 2024).

### **3. Perilaku Konsumsi Masyarakat**

Pada artikel berjudul “Analisis Pola Konsumsi di Indonesia sebagai Indikator Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat”, bahwa pola adalah bentuk (struktur) yang tetap, sedangkan konsumsi adalah pengeluaran yang dilakukan oleh individu/kelompok dalam rangka pemakaian barang dan jasa hasil produksi untuk memenuhi kebutuhan. Jadi, pola konsumsi adalah bentuk (struktur) pengeluaran individu/kelompok dalam rangka pemakaian barang dan jasa hasil produksi guna memenuhi kebutuhan. (Kinanti, Maulana, Yasin, 2024).

### **4. Teori Interaksionisme Simbolik**

Dalam teori interaksionisme simbolik yang dikemukakan oleh Herbert Blumer, bagaimana membentuk makna melalui interaksi sosial, yang terus berkembang berdasarkan pengalaman dan komunikasi. Pada penelitian berjudul “Interaksionisme Simbolik dalam Kehidupan Bermasyarakat”, dasar gagasan Herbert Blumer yaitu (1) manusia bertindak atas sesuatu berdasarkan makna – makna yang ada pada sesuatu itu bagi mereka; (2) makna itu diperoleh dari interaksi sosial yang dilakukan dengan orang lain; (3) Makna-makna tersebut disempurnakan dalam interaksionisme sosial yang sedang berlangsung. (Derung, 2017). Dalam interaksionisme simbolik, pedagang kaki lima dapat membangun hubungan dengan pembeli atau pelanggan melalui komunikasi, yaitu bagaimana pedagang kaki lima dapat memberikan makna terhadap interaksi sosialnya untuk merespon tantangan perekonomian dan perubahan perilaku konsumsi masyarakat khususnya di Kecamatan Sambas Kabupaten Sambas.

## **C. Metode**

Metode penelitian yang dilakukan secara kualitatif, yang bersifat deskriptif dengan menggunakan analisis mendalam. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang dilakukan dengan setting tertentu yang ada di dalam kehidupan riil (alamiah) dengan maksud menginvestigasi dan memahami fenomena: apa yang terjadi, mengapa terjadi, dan bagaimana terjadinya?. (Muhammad Rijal Fadli, 2021). Metode pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dalam penelitian ini adalah untuk mendapatkan informasi yang mendalam, dan rinci dari para pelaku pedagang kaki lima tentang kondisi yang saat ini terjadi untuk menghadapi dinamika perekonomian dan perubahan perilaku konsumsi masyarakat. Adapun pengamatan dilakukan secara langsung melihat di lapangan untuk mengamati dan memahami bagaimana pedagang kaki lima menjalankan perannya terhadap dinamika perekonomian dan perubahan perilaku konsumen. Dokumentasi dapat diambil dari dokumen Kabupaten Sambas Dalam Angka 2025, untuk mengetahui situasi daerah Kabupaten Sambas khususnya Kecamatan Sambas pada aspek perekonomian dan perdagangan. Selain itu juga pada sumber – sumber lain yang ada di sekitar dalam penelitian.

Lokasi penelitian dipilih di Kecamatan Sambas Kabupaten Sambas dikarenakan berada di sekitar tempat tinggal peneliti, dan merupakan ibukota dari Kabupaten Sambas, sehingga setiap dinamika dan perkembangan yang terjadi di Kabupaten Sambas, maka Kecamatan Sambas menjadi salah satu tolak ukur. Selain itu, Kecamatan Sambas Kabupaten Sambas juga menjadi pusat aktifitas masyarakat termasuk dalam bidang perekonomian, yang terus berkembang dalam beberapa tahun terakhir.

Dalam melakukan penelitian, akan diambil informasi melalui teknik wawancara kepada pedagang kaki lima dan masyarakat selaku konsumen di sekitar Kecamatan Sambas Kabupaten Sambas, karena baik pedagang kaki lima maupun masyarakat yang merasakan atau mengalami atas adanya dinamika perekonomian dan perubahan perilaku konsumsi.

Data hasil wawancara, akan dikumpulkan dan dilakukan penyesuaian data dengan hasil observasi, yang mana observasi dilakukan untuk dapat terjun langsung melihat dan mengamati kebenaran kondisi di lapangan yaitu lokasi pedagang kaki lima dan tempat-tempat yang menjadikan sasaran perubahan perilaku konsumsi masyarakat di Kecamatan Sambas Kabupaten Sambas.

Penelitian teknik wawancara dan observasi, akan dilakukan penyesuaian dengan dokumen-dokumen yang dijadikan sumber data seperti Kabupaten Sambas Dalam Angka 2025, dan dokumen lain yang ditemukan selama penelitian.

Dalam setiap tahap proses penelitian, memastikan, mengidentifikasi dan memverifikasi setiap data yang diterima dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi dengan membandingkan perolehan data atau informasi dari sumber-sumber yang lain, karena setiap pedagang kaki lima akan memiliki pemahaman yang berbeda terhadap kondisi yang dialaminya dan bagaimana masyarakat menanggapi situasi perekonomian saat ini.

Hasil temuan dari penelitian yang telah dilakukan, akan dilakukan penyusunan strategi bagaimana pedagang kaki lima dapat bertahan dan meningkatkan eksistensinya di tengah pengaruh dinamika perekonomian atas ketidakpastian ekonomi dan perubahan perilaku konsumsi masyarakat.

## **D. Hasil Penelitian**

### **1. Pedagang Kaki Lima dalam situasi dinamika perekonomian yang tidak menentu**

Salah satu pedagang kaki lima di Pasar Sambas Kecamatan Sambas Kabupaten Sambas, AK (57 Tahun), menyampaikan sebagai berikut:

“...pada periode beberapa tahun terakhir, situasi perekonomian tidak menentu dan cepat berubah, seperti yang dirasakan yaitu daya beli masyarakat menurun dan kenaikan harga pada beberapa kebutuhan pokok. pembeli di warung dari semua masyarakat, akan tetapi yang dapat meningkatkan pendapatan dari masyarakat selaku pekebun atau petani, yang apabila musim panen dengan harga jual tinggi, maka pekebun dan petani banyak memiliki uang. Dan biasanya akan mudah membelanjakan uangnya di pasar-pasar. Selain itu juga, apabila adanya kenaikan harga pada beberapa kebutuhan pokok, masyarakat akan jarang membelanjakan uangnya, lebih memilih untuk menghemat dan membelanjakan yang menjadi kebutuhan sehari-hari”. (Hasil Wawancara 10 Mei 2025).

Walaupun demikian menurut AK, bahwa dirinya tetap akan berjualan karena dengan berjualan untuk memenuhi kebutuhan sehari – hari.

Berdasarkan hasil observasi, terhadap kondisi perdagangan pada Sdr. AK, dan pedagang kaki lima lainnya, dalam periode ekonomi tertentu terlihat sepinya pembeli yang datang ke lokasi perdagangan kaki lima. Hal tersebut juga terlihat pada lokasi pusat perbelanjaan di wilayah Kecamatan Sambas Kabupaten Sambas. Saat berkunjung untuk membeli makanan mie goreng, tampak terlihat di lokasi tidak banyak masyarakat yang datang membeli, yang mana buka mulai pukul 08.00 Wib, dan sampai pukul 11.00 Wib, yang datang masih sepi.

Berdasarkan hasil dokumentasi melalui foto langsung pada salah satu area pedagang kaki lima di Kecamatan Sambas Kabupaten Sambas, terlihat sepi pembeli.

Gambar 1 : Lokasi pedagang kaki lima di Kecamatan Sambas



Sumber : dokumentasi peneliti

Menurut pendapat peneliti, bahwa kondisi ekonomi yang dimaksud yaitu dampak dari ekonomi global seperti inflasi, yang mana mempengaruhi kenaikan kebutuhan pokok dan hasil pertanian dan perkebunan masyarakat tidak mampu menutupi modal yang telah dikeluarkan. Menurunnya daya beli masyarakat, karena banyaknya kebutuhan primer yang harus dipenuhi masyarakat, sehingga kegiatan perbelanjaan berkurang, masyarakat lebih berhemat dan membatasi pengeluarannya.

## 2. Online shop salah satu perubahan perilaku konsumsi

Salah satu pedagang kaki lima yang menjual pakaian di Pasar Sambas Kecamatan Sambas Kabupaten Sambas, DN (27 Tahun), menyampaikan sebagai berikut:

“...berjualan pakaian seperti kaos dan celana pada saat bulan Ramadhan atau menjelang Hari Raya Idul Fitri, kalau dilihat pendapatan dalam beberapa tahun terakhir, mengalami penurunan, tetapi tidak sampai merugi. Melihat kondisi tersebut, terjadinya penurunan daya beli masyarakat, hal tersebut bukan hanya adanya pedagang lain, akan tetapi faktor ekonomi yang dinilai menurun dan masyarakat lebih memilih belanja online. Karena pedagang pakaian lainnya juga merasakan yang sama”. (Hasil Wawancara 23 Mei 2025).

Berdasarkan hasil observasi, bahwa pembeli yang datang ke lokasi penjualan sudah berkurang atau lebih sedikit, hal tersebut dikarenakan selain faktor kemampuan ekonomi masyarakat, juga sebagian masyarakat lebih memilih membeli pakaian secara online, yang mana harga lebih terjangkau dengan berbagai macam pilihan yang disediakan, yang salah satunya sebagai pelaku belanja online, DK (36 Tahun), menyampaikan sebagai berikut :

“...lebih memilih belanja online karena harga terjangkau, dan adanya diskon ongkos pengiriman”. (Hasil Wawancara 23 Mei 2025).

Menurut pendapat peneliti, perubahan perilaku konsumen sangat besar didorong oleh tekanan faktor ekonomi, dan kemajuan teknologi berupa online shop. Masyarakat sekarang memiliki pemikiran yang lebih maju dalam hal teknologi, yang dapat mengikuti perkembangan jaman. Selain masyarakat akan menghemat dalam hal pengeluaran, juga akan mencari pembandingan harga terhadap barang – barang yang akan dibeli melalui aplikasi belanja online.

## 3. Perubahan perilaku konsumsi yang mengikuti tren

Wawancara kepada salah satu masyarakat di Kecamatan Sambas Kabupaten Sambas, IM (25 Tahun) tentang pilihan masyarakat untuk membeli makanan dan minuman di retail modern dan mengikuti tren saat ini, menyampaikan sebagai berikut:

“...biasanya makan dan minum bersantai di CW Coffe, akan tetaopi karena ada yang baru buka lagi yaitu Nordu, jadi sering pergi ke Nordu, ikut viral dari kawan-kawan. Sebenarnya harga makanan dan minuman cukup tinggi, tapi tempat santai yang nyaman dan melihat banyak masyarakat yang pergi ke Nordu, jadi ikut juga pergi k sana”. (Hasil Wawancara 8 Mei 2025).

Berdasarkan hasil observasi, bahwa dalam beberapa tahun terakhir di Kecamatan Sambas Kabupaten Sambas banyak muncul retail-retail modern yang menjual makanan dan minuman dengan menyediakan tempat santai. Beberapa retail modern di Kecamatan Sambas Kabupaten Sambas terdapat banyak pilihan untuk bersantai sambil makan dan minuman, diantaranya Nordu, CW Coffe, Lokale, dan lainnya, menjadi sasaran tidak hanya anak muda, orang tua dan anak-anaknya untuk makan, minum dan bersantai bisa bertahan berjam-jam. Hal tersebut terlihat, adanya perubahan perilaku konsumsi masyarakat yang mengikuti tren yang sedang berkembang, yang mana hasil observasi, retail modern jenis cafe yang banyak pengunjungnya yaitu Nordu, CW Coffe, Lokale yang memiliki cabang di mana-mana.

Hasil dokumentasi melihat bahwa banyaknya pengunjung yang pergi ke salah satu retail modern, Nordu, yang beralamat di Jalan Bakti Kecamatan Sambas Kabupaten Sambas.

Gambar 2 : Lokasi retail modern Nordu di Kecamatan Sambas



Sumber : dokumentasi peneliti

Menurut pendapat peneliti, bahwa retail –retail modern berkembang di wilayah Kecamatan Sambas Kabupaten Sambas. Masyarakat sangat mudah untuk mengikuti dan meniru apa yang menjadi viral dan tren yang ada di lingkungannya termasuk yang ada di media sosial. Hal tersebut terlihat pergeseran perilaku konsumsi masyarakat, yang tidak hanya membeli makanan dan minuman, akan tetapi juga ikut eksis yang menjadi tren saat ini, walaupun dengan harga yang lebih mahal dari yang dijual di pedagang kaki lima.

## E. Pembahasan

### 1. Situasi ekonomi mempengaruhi pedagang kaki lima berkaitan daya beli masyarakat

Situasi ekonomi sangat berdampak pada daya beli masyarakat, seperti yang disampaikan artikel berjudul “Analisis Dampak Menurunnya Daya Beli di Lingkungan Masyarakat Indonesia Akibat Inflasi”, bahwa kenaikan inflasi tanpa disertai naiknya penghasilan masyarakat secara umum akan berakibat menurunnya dayabeli. (Nurkhanifah, Syamsuddin, Arifin, dan Tamamudin, 2023). Hal tersebut dikarenakan inflasi mengakibatkan harga kebutuhan pokok meningkat, sehingga apabila tidak diimbangi dengan peningkatan penghasilan masyarakat, maka masyarakat akan berhemat atau mengurangi konsumsi, dengan kata lain daya beli akan melemah, sehingga para pedagang kaki lima yang menjual baik barang, makanan dan minuman juga akan merasakan dampaknya, seperti sepi pembeli.

Berkaitan dengan teori interaksionisme simbolik yang dikemukakan oleh Herbert Blumer, maka kita dapat memahami bagaimana masyarakat menafsirkan makna dari perubahan ekonomi, yaitu apabila masyarakat merasa ekonomi sedang buruk, maka akan mengurangi pengeluaran walaupun pada dasarnya masih mampu membeli barang tersebut.

Langkah pedagang kaki lima untuk dapat bertahan pada situasi ekonomi yang tidak menentu, seperti penyesuaian harga secara bertahap sehingga masyarakat selaku pembeli dapat menilai harga relatif terjangkau, melakukan manajemen terhadap bahan baku yang digunakan untuk produksi makanan atau

minuman sehingga pengeluaran yang tidak perlu dapat diminalisir, secara berkala dapat mengadakan program promo khususnya sehingga dapat menarik masyarakat yang berbelanja dengan tetap melakukan penghematan, dan dapat bekerjasama dengan pedagang kaki lima lainnya untuk saling membantu untuk mengurangi dampak inflasi atau saat perekonomian tidak menentu.

## 2. Online shop menjadi pilihan belanja masyarakat

Melalui pemahanan teori interaksionisme simbolik, bahwa perilaku manusia terbentuk dari interaksi sosial dan makna yang didapatkan dari simbol-simbol dalam kehidupan sehari-hari. Adanya perubahan perilaku konsumsi masyarakat, yang lebih memilih belanja secara online atau online shop, daripada berbelanja langsung ke lokasi pedagang atau pedagang kaki lima yang menjual pakaian, dikarenakan adanya kemudahan, kepraktisan dan harga yang lebih terjangkau. Pada hal kemudahan, yang mana masyarakat dalam melakukan belanja tidak lagi perlu pergi ke pasar atau ke pedagang kaki lima, akan tetapi cukup belanja secara online. Pada hal kepraktisan, masyarakat akan menghemat waktu dan tenaga, seperti yang ditawarkan oleh platform belanja online yaitu Shopee Express, yang memberikan kecepatan pengiriman.

Online shop mempunyai daya tarik yang berbeda dari belanja offline yang dilakukan para pedagang kaki lima, yaitu biasanya adanya penawaran menarik seperti diskon, promo, dan gratis ongkos pengiriman, yang pada dasarnya layanan kemudahan yang diberikan kepada masyarakat. Pada artikel berjudul “Analisis Faktor-faktor yang Menyebabkan Konsumen Memilih Belanja Online Store daripada Offline Store”, bahwa mereka membuat gambaran tentang betapa mudahnya menggunakan toko online, dan gambaran ini digunakan sebagai tolak ukur untuk mengukur tingkat kepercayaan yang diinginkan konsumen terhadap teknologi informasi yang tidak akan membuat mereka kesulitan menyesuaikan diri secara fisik dan mental, (Frahianti, Syafi’i, dan Devi, 2024).

Untuk tetap bertahan dan eksis, pedagang kaki lima yang dapat mengadopsi cara belanja online, selain tetap menjalankan penjualan secara offline, para pedagang kaki lima dapat menggunakan platform di media online untuk menawarkan barang – barang yang dijual, sebagai sarana promosi, dan penawaran produk dengan jangkauan yang lebih luas. Selain itu, barang, makanan dan minuman yang ditampilkan melalui media online, juga menampilkan harga-harga yang kompetitif.

## 3. Perubahan perilaku konsumsi yang mengikuti tren

Masyarakat selaku konsumen sangat mudah untuk mengikuti tren yang sedang berkembang atau viral, seperti retail modern. Makan dan minum di retail modern bukan lagu berbicara kebutuhan, akan tetapi simbol dari status dan gaya hidup, hal tersebut sesuai dengan teori interaksionisme simbolik yang dikemukakan Herbert Blumer, individu memberikan makna pada objek, tindakan, dan simbol berdasarkan interaksi sosial.

Pada artikel berjudul “Perilaku Konsumen Masa Kini : Tren Konsumtif di Era Pasar Global”, bahwa konsumen masa kini cenderung terpengaruh oleh tren konsumtif yang cepat dan beragam, (Shulbi Muthi Sabila Salayan Putri, 2023). Pengaruh yang didapatkan dari media sosial seperti instagram, tiktok, facebook dan lainnya, yang dengan mudah memviralkan tren yang ada, kemudian untuk dilakukan atau ditiru oleh masyarakat lainnya. Banyak masyarakat selaku konsumen yang takut ketinggalan tren, sehingga akan terdorong untuk membeli barang, makanan dan minuman yang menjadi tren di masyarakat.

Dalam bersaing dengan tren yang berkembang, pedagang kaki lima dapat memaksimalkan produk yang dijual baik berupa barang, makanan dan minuman, seperti dalam bentuk pengemasan dapat dilakukan dengan cara modern. Pedagang kaki lima misalnya dalam menjual makanan dan minuman, dapat menggunakan pengemasan yang lebih menarik dan profesional sehingga dapat bersaing dengan retail modern. Kemudian untuk kecepatan dan kemudahan, juga menyediakan pembayaran digital dan aplikasi kasir untuk menunjukkan dan meningkatkan efisiensi operasional. selain itu, dapat juga

meningkatkan variasi produk yang sesuai dengan tren pasar, sehingga membantu pedagang kaki lima untuk tetap relevan di tengah berkembangnya retail modern.

## **F. Kesimpulan**

Situasi ekonomi yang tidak menentu berdampak langsung pada daya beli masyarakat di pasar-pasar khususnya kepada pedagang kaki lima, sebagai upaya untuk mengurangi pengeluaran atau konsumsi, sehingga berdampak pada menurunnya jual produk dan pendapatan pedagang kaki lima. Untuk bertahan pada situasi tersebut, pedagang kaki lima perlu menyusun strategi diantaranya penyesuaian harga secara bertahap, efisiensi biaya produksi dan mengadakan promosi untuk menarik pembeli.

Perubahan perilaku konsumsi masyarakat yaitu online shop yang menjadi pilihan utama dan cenderung mengikuti tren yang ada, juga mempengaruhi daya beli masyarakat kepada pedagang kaki lima yang secara umum masih bersifat konvensional. Pada online shop, menunjukkan sebagai bentuk modernisasi dan efisiensi, sehingga pedagang kaki lima dapat juga memanfaatkan tren digital seperti media sosial, platform e-commerce untuk menjual produk dagangannya sehingga menjangkau lebih luas. Dalam bersaing dengan perkembangan tren saat ini, para pedagang kaki lima dapat meningkatkan daya tarik produknya seperti pengemasan yang modern, metode pembayaran digital serta meningkatkan variasi produk yang sesuai dengan tren pasar.

## **G. Saran**

Situasi ekonomi yang tidak menentu berdampak langsung pada daya beli masyarakat di pasar-pasar khususnya kepada pedagang kaki lima, sebagai upaya untuk mengurangi pengeluaran atau konsumsi, sehingga berdampak pada menurunnya jual produk dan pendapatan pedagang kaki lima. Untuk bertahan pada situasi tersebut, pedagang kaki lima perlu menyusun strategi diantaranya penyesuaian harga secara bertahap, efisiensi biaya produksi dan mengadakan promosi untuk menarik pembeli.

Perubahan perilaku konsumsi masyarakat yaitu online shop yang menjadi pilihan utama dan cenderung mengikuti tren yang ada, juga mempengaruhi daya beli masyarakat kepada pedagang kaki lima yang secara umum masih bersifat konvensional. Pada online shop, menunjukkan sebagai bentuk modernisasi dan efisiensi, sehingga pedagang kaki lima dapat juga memanfaatkan tren digital seperti media sosial, platform e-commerce untuk menjual produk dagangannya sehingga menjangkau lebih luas. Dalam bersaing dengan perkembangan tren saat ini, para pedagang kaki lima dapat meningkatkan daya tarik produknya seperti pengemasan yang modern, metode pembayaran digital serta meningkatkan variasi produk yang sesuai dengan tren pasar.

## **H. Ucapan Terima Kasih**

Pertama – tama mengucapkan terima kasih dan syukur kepada Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya, sehingga diberikan kemudahan dan kelancaran selama proses penyusunan karya ilmiah.

Dalam penyusunan karya ilmiah ini, tidak lepas dari bimbingan Bapak Romi Mesra, selaku dosen pembimbing kami, untuk itu diucapkan terima kasih atas bimbingan yang telah diberikan selama proses sampai selesainya penyusunan karya ilmiah.

Terima kasih diucapkan kepada keluarga saya, istri dan anak-anak yang memberikan kemudahan dan kelancaran mendukung dalam proses penyusunan karya ilmiah ini.

Terima kasih juga kepada teman – teman yang beradda di sekitar, yang selalu memberikan dukungan dalam proses penyusunan karya ilmiah ini.

## I. Daftar Pustaka

- Khairullah, M. N., Irdiana, S., Ariyono, K. Y., Darmawan, K. (2022). Strategi Pedagang Kaki Lima Dalam Meningkatkan Pendapatan di Masa Pasca Pandemi Covid 19. *Jurnal Manajemen dan Penelitian Akuntansi Jumpa*, 15.
- Artati, L., Syuhada, N., Avika, N., Hendra, J. (2025). Analisis Pengaruh Inflasi Terhadap Daya Beli Masyarakat. *Bima Journal Of Business Inflation Management and Accounting*, 2.
- Hasibuan, I. A. (2022). Analisis Dampak Berdirinya Toko Modern Terhadap Pedagang Kecil dan Konsumen di Kecamatan Padangsidimpuan. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan*.
- Posumah, J., Guratji, S., Veni, O., Mesra, R. (2024). Strategi Pemasaran Indomaret dalam Meningkatkan Penjualan Produk (Studi Kasus Pada Indomaret Perum Maesa Unima). *Etic Education and Social Science Journal*, 1.
- Rachman. A. (2025). Banyak Yang Was – Was, Begini Kondisi Terkini Ekonomi Indonesia. *CNBC Indonesia*.
- Firdaus. H. (2025). Ancaman Ekonomi 2025, Bagaimana Kelas Menengah Bertahan?. *Kompas*.
- Arifin. Y. (2016). Pengaruh Harga Minyak Dunia, Nilai Tukar dan Inflasi terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Economics Development Analysis Journal*, 5.
- Fidziah, Guli, Sucihati, Febrianata. E. (2024). Tantangan Dan Peluang Dalam Penerapan Strategi Pemasaran Pedagang Kaki Lima Di Kota Serang. *Indonesian Journal of Economy, Business Entrepreneurship and Finance*, 4.
- Dahlana, Arsyad. M., Sarpin. (2021). Strategi Pedagang Kaki Lima dalam Meningkatkan Pendapatan. *Jurnal Pemikiran dan Penelitian Sosiologi*, 8.
- Situmorang. M. P., Mesra. R. (2024). Dampak Online Shop Terhadap Pedagang Buku Blok M Square Kebayoran Baru. *ETIC Education And Social Science Journal*, 1.
- Alfarizzi. D. Y, Saifana. T. N., Shinta. C., Maharani. Z. (2025). Kabupaten Sambas Dalam Angka 2025. *BPS Kab. Sambas*. 34.
- Fitriana. R., Auliya. A. U., Widiyarta. A. (2020). Analisis Kebijakan Penataan Pedagang Kaki Lima Dalam Perspektif Kebijakan Deliberatif. *Jurnal Governansi*, 6.
- Ayu. D., Daulay. M., Gowasa. R. K. (2024). Dinamika Perekonomian Indonesia : sebuah Tinjauan Historis dari Sentralisasi ke Desentralisasi. *Medan Reosource Center*, 1.
- Sekarsari. D., Az Zahra. F. A., Ayuningtyas. F. R., Fadilla. A. (2024). Analisis Dinamika Inflasi dan Implikasinya terhadap Stabilitas Ekonomi di Indonesia. *Journal Of Macroeconomics and Social Development*, 1.
- Kinanti. A. F., Maulana. M. S., Yasin. M. (2024). Analisis Pola Konsumsi di Indonesia sebagai Indikator Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat. *Digital Bisnis : Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, 3.
- Derung. T. N. (2017). Interaksionisme Simbolik dalam Kehidupan Bermasyarakat. *Sapa Jurnal Kateketik dan Pastoral*, 2.
- Fadli. M. R. (2021). Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21.

- Nurkhanifah. E., Syamsuddin. Arifin. A., Tamamudin. (2023). Analisis Dampak Menurunnya Daya Beli di Lingkungan Masyarakat Indonesia Akibat Inflasi. *Jurnal Sahmiyya*, 2.
- Frahyani. F., Syafi'i. M. A., Devi. H. S. (2024). Analisis Faktor-faktor yang Menyebabkan Konsumen Memilih Belanja Online Store daripada Offline Store. *Jurnal Sahmiyya*, 3.
- Putri. A. M. S. S. (2023). Perilaku Konsumen Masa Kini : Tren Konsumtif di Era Pasar Global. *Konferensi Nasional Ekonomi, Bisnis dan Studi Islam*, 1.