

**PENGEMBANGAN STRATEGI PEMBERDAYAAN
BAGI PEDAGANG MAKANAN JALANAN BERBASIS
MASYARAKAT DI KABUPATEN BARRU**

**DEVELOPMENT OF EMPOWERMENT STRATEGIES FOR
COMMUNITY BASED STREET FOOD TRADERS
IN BARRU DISTRICT**

Wahyul AZ

STIA Al Gazali Barru
wahyu@algazali.ac.id

ABSTRACT

It can be seen, many of our citizens with mediocre capital but they can survive in the city. They become street food vendors that are rife in several big cities and middle cities. One of them located the District of Barru. This study aims to find the problems and solutions faced by street food vendors and also find strategies that have been implemented in connection with street food traders as for empowering them. This research found that the problems faced by food vendors are generally four: first, working capital. Many traders claim the reason is they cannot improve their business responsibly is because of their small capital. Second, the problem of work skills. Third, concerns the capacity of their small and fourth-scale business they generally do not have business networking. Besides, there are several strategies that they have developed. One of the things they do most often is to package their products to make savings, such as modifying their products, reducing the quality of the served food. In the latter case, they reluctant if the product to be stated not qualified.

Keywords: Trader, Food, Capital, business, Culinary.

ABSTRAK

Banyak warga kita dengan modal biasa-biasa saja tetapi mereka bisa bertahan hidup. Mereka menjadi pedagang kaki lima yang marak di beberapa kota dan daerah. Salah satunya terletak di Kabupaten Barru. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan masalah dan solusi yang dihadapi oleh pedagang kaki lima dan juga menemukan strategi yang telah diterapkan sehubungan dengan pedagang makanan jalanan untuk memberdayakan mereka. Penelitian ini menemukan bahwa masalah yang dihadapi oleh penjual makanan umumnya empat: pertama, modal kerja. Banyak pedagang mengklaim alasannya adalah mereka tidak dapat meningkatkan bisnis mereka secara bertanggung jawab karena modal mereka yang kecil. Kedua, masalah keterampilan kerja. Ketiga, menyangkut kapasitas bisnis skala kecil dan keempat mereka, mereka umumnya tidak memiliki jaringan bisnis. Selain itu, ada beberapa strategi yang telah mereka kembangkan. Salah satu hal yang paling sering mereka lakukan adalah mengemas produk mereka untuk menghemat, seperti memodifikasi produk mereka, mengurangi kualitas makanan yang disajikan. Dalam kasus terakhir, mereka enggan jika produk yang disebutkan tidak memenuhi syarat.

Kata kunci: Pedagang, Makanan, Modal, usaha, Kuliner

A. PENDAHULUAN

Sudah menjadi dalil umum dalam analisis sosial, bahwa disparitas sosial desa-kota akibat ketidaksetaraan hubungan antar daerah semakin berimplikasi pada masyarakat. Schumacher (1973) menyebutnya sebagai proses keracunan antara desa dan kota. Ada satu contoh kasus tentang seorang petani tua bernama Kromo yang memutuskan untuk pensiun dan menyerahkan tanah pertaniannya kepada keempat anaknya. Ini adalah konsep biasa yang disebut pewarisan partible yang terjadi di sebagian besar daerah pedesaan. Sementara ukuran tanah Kromo hanya sekitar 500 meter², ini membuat masing-masing anak-anaknya hanya mendapat porsi kecil, masing-masing sekitar 125 meter². Karena tanah ini tidak dapat mendukung kesejahteraan anak Kromo, mereka memutuskan untuk bergabung dengan kehidupan urbanisasi. Sayangnya, kehidupan di kota itu tidak mudah, sementara kebanyakan dari mereka memutuskan untuk menjadi pedagang kaki lima tetapi persaingan bisnis adalah cara yang banyak untuk mereka tangani. Di sisi lain, sebagian besar anak Kromo juga mulai menjual tanah mereka di desa-desa kepada investor dari kota. Itulah salah satu contoh tentang bagaimana kota

meracuni desa dengan produk industri yang mengakibatkan penurunan daya beli masyarakat karena nilai tukar produk pertanian tidak sebanding dengan output industri. Jika tidak, desa meracuni kota dengan urbanisasi dan pengangguran. Tak pelak lagi, penyangga sosial dan keamanan bagi mereka yang kurang mampu baik di daerah perkotaan maupun pinggiran kota secara internal menjadi semakin memburuk dan mengancam ketidaksetaraan sosial. Banyak masyarakat pedesaan dan perkotaan berusaha bertahan dari kondisi seperti itu dengan menjadi pedagang informal. Harus ditunjukkan di sini, bahwa sektor informal mencakup upaya yang perlu dikembangkan untuk mengurangi tekanan masalah nasional, terutama pengangguran di usia produktif. Penyediaan kesempatan kerja di sektor informal untuk semua warga berfungsi untuk meningkatkan pendapatan serta kesejahteraan masyarakat.

Dari berbagai kegiatan produktif yang dikelola oleh masyarakat, bisnis sektor informal mencakup upaya berbagai jenis makanan dan minuman yang dikelola di sekitar lingkungan jalanan (termasuk makanan jalanan) termasuk pilihan yang disukai. Ini karena lokasi yang strategis dari kegiatan ini yang biasanya di jantung kota suatu wilayah. Sektor informal

memang memiliki dua sisi. Di satu sisi, sektor ini sering dijadikan penyebab kemacetan lalu lintas, gangguan dan kerusakan sanitasi lingkungan. Di sisi lain, sektor informal menjadi perlindungan bagi kelangsungan hidup banyak orang.

Berdasarkan hasil penelitian Terdahulu yang dilakukan oleh Syafardi (2012), terungkap bahwa perbedaan karakteristik ditemukan pada pedagang Kaki lima di Kota Padang dari aspek asal, jenis kelamin, usia, status perkawinan, status tempat tinggal, jumlah tanggungan keluarga, durasi perdagangan, jumlah tabungan per hari, sumber modal dan pendidikan formal. Maloney (2004) menyebutkan bahwa keunggulan fleksibilitas bagi wanita. Alatas dan New House (2010), kebijakan tidak bisa menunjukkan kemampuan dan tidak memiliki "rasa krisis". Hilal (2013) menyatakan keterbatasan dukungan kebijakan membuat para pedagang belum nyaman. Terlebih lagi, Sikwan, et.al (2014) menyimpulkan bahwa kebijakan pemerintah dalam memperhatikan pedagang informal tidak sepenuhnya berpihak pada masyarakat miskin. Ada masalah untuk mengintegrasikan antara makro dan ekonomi mikro yang sampai sekarang belum terpecahkan. Kondisi ini hampir terjadi di semua tempat, terutama di negara

berkembang. Menurut De Soto (2000), globalisasi tidak dapat menghubungkan pengusaha kecil yang miskin dengan pengusaha besar. Dia mengusulkan konsep “pemberian hak properti” kepada orang miskin yang kehilangan haknya. Mereka tidak mampu mengelola aset mereka. De Soto (2000) menyatakan bahwa sektor informal agar tidak bergantung pada pemerintah untuk meningkatkan kapasitas mereka. Sementara beberapa kegiatan pedagang terkadang menyebabkan masalah sosial, lingkungan, dan kesehatan, jenis kegiatan produktif ini unggul dalam menyerap tenaga kerja massal. Oleh karena itu, pemberdayaan pedagang kaki lima termasuk yang berlokasi di Kabupaten Barru merupakan hal yang mendesak untuk meningkatkan jaminan kerja produktif bagi berbagai anggota masyarakat.

Proses pemberdayaan pedagang jajanan di Kabupaten Barru menarik untuk dipelajari secara intensif. Secara umum, lokasi bisnis terkonsentrasi di beberapa area strategis dengan tingkat konsumen yang tinggi. Para pedagang cenderung berkelompok dalam mengelola bisnis dengan berbagai jenis makanan dan minuman seperti yang ditemukan di sekitar lingkungan Alun-alun Kabupaten Barru, Baru-baru ini, area bisnis makanan jalanan di lingkungan Alun-alun Kota Barru telah berkembang

menjadi kawasan wisata kuliner, yang tentu saja memberikan kontribusi signifikan terhadap pendapatan Kabupaten Barru. Beberapa hal terkait dengan pola pemberdayaan pedagang jajanan perlu diteliti untuk memberikan informasi dan solusi kebijakan untuk menyelesaikan beberapa masalah sosial, ekonomi, kesehatan dan lingkungan yang terkait dengan pencapaian tujuan pembangunan yang berkelanjutan dan ramah lingkungan. Ini adalah hal yang esensial dan juga merupakan bagian dari keunikan penelitian ini. Tanpa adanya perlindungan sosial yang berarti nasib mereka (pedangang makanan tersebut) dipertanyakan.

Oleh karena itu, studi lebih lanjut tentang pedagang makanan di Kab. Barru perlu dilakukan. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: (i) karakteristik Pedagang Kaki Lima (PKL) dan dikategorikan berdasarkan usaha mereka. (ii) Beberapa masalah dan solusi yang harus dihadapi oleh PKL. (iii) Strategi masing-masing PKL untuk memberdayakan PKL lainnya, dan (iv) Kekuatan dan kelemahan strategi yang telah dicoba untuk mengatasi masalah mereka.

B. METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian berada di Kab.

Barru, Provinsi Sulawesi-Selatan . Lokasi penelitian dipilih berdasarkan pertimbangan perkembangan pedagang kaki lima yang dibandingkan dengan penghasilan utama untuk hidup. Jenis-jenis data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan sekunder. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan analisis data sekunder. Populasi penelitian mencakup seluruh pedagang jajanan di Alun-alun Kota Barru dan sekitarnya, sejauh Jalan Andi Pangerang Pettarani, dan Jalan Sultan Hasanuddin Kab. Barru. Sumber data informan diambil dengan teknik purposive memenuhi kriteria sebagai pedagang jajanan yang bekerja di lokasi itu. Data kuantitatif dianalisis dengan memanfaatkan tabulasi statistik sederhana, penilaian, dan persentase. Data dianalisis dengan SPSS untuk mendapatkan informasi dasar (karakteristik sosial pedagang). Data kualitatif dianalisis dengan mengkategorikan dan menafsirkan untuk mencari penemuan dan teori baru.

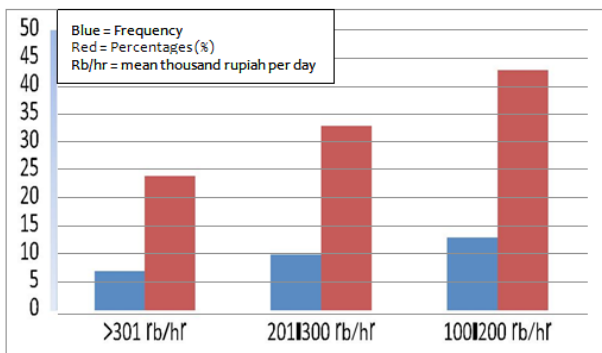
C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk dapat mengamati secara khusus tentang penjual makanan di Alun-alun Kab. Barru, perlu untuk melihat karakteristik yang mendasari

perilaku mereka secara keseluruhan. Baik itu dilihat dari sektor pendidikan, omset penjualan per hari, lokasi dan juga jenis kelamin pekerja di sektor ini. Hal ini diperlukan untuk mengetahui keseluruhan gambaran dengan teliti untuk membahas Pedagang Makanan bukan persepsi yang salah, tetapi sebenarnya mendapatkan sebaliknya. Gambar 1 menunjukkan omset pedagang. Mayoritas pedagang atau sekitar 43% dapat mengantongi pendapatan Rp 100 hingga 200 ribu per hari. Jumlahnya tidak terlalu besar. Secara umum, pedagang kecil dengan modal terbatas, tetapi ada 24% pedagang yang dapat memiliki penghasilan Rp 300.000 ke atas. Jika penghasilan mereka dibuat rata-rata per bulan, maka mereka bisa mendapatkan 3 hingga 5 juta. Tentu saja ada orang yang tidak berdagang setiap hari, karena berbagai kebutuhan domestik (misalnya: menghadiri perayaan, mengunjungi orang sakit, berkabung, mengantar anak-anak sekolah di luar kota dan sebagainya).

Berdasarkan tingkat pendidikan informan, terungkap bahwa mayoritas dari mereka memiliki sekolah dasar (40%), kemudian sekolah menengah pertama (37%) dan sekolah menengah atas (13%), dll (7%) dan sarjana (3%). Tanpa sekolah menengah pertama. Tentu saja, pemikiran ekonomi kreatif

belum menembus secara mendalam ke dalam teknik dan strategi mereka dalam upaya, tetapi dari pengamatan mereka yang berpendidikan rendah, ia memiliki tingkat antusiasme dan kemandirian yang tinggi. Mereka rela menjalani kehidupan yang lebih sulit dengan tingkat kesulitan yang lebih tinggi. Mereka sangat sadar bahwa masuk ke sektor formal tentu bukan tugas yang mudah. Sektor informal sebagai pedagang jajanan merupakan salah satu pilihan.



Gambar 1: Karakteristik pedagang berdasarkan pendapatan

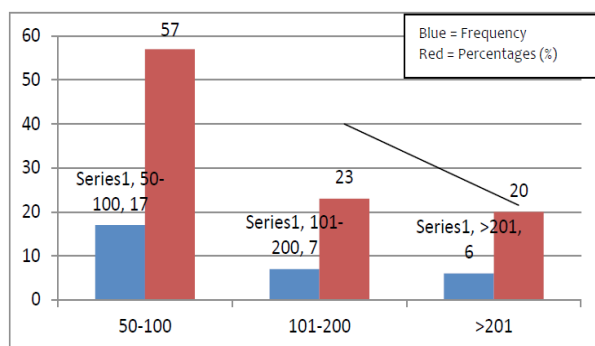
Berdasarkan tampilan data, ditunjukkan bahwa modal yang mereka gunakan masih sangat rendah, modalnya di bawah Rp 100.000 dalam satu hari sebanyak 57%, ada yang dikapitalisasi Rp 101.000 hingga Rp 200.000 (23%) dan sisanya modal lebih dari Rp 201.000. Dengan demikian terungkap bahwa modal mereka relatif kecil untuk seorang pedagang. Tentu

saja, jika laba bisnis mereka dapat diperkirakan dari modal mereka.

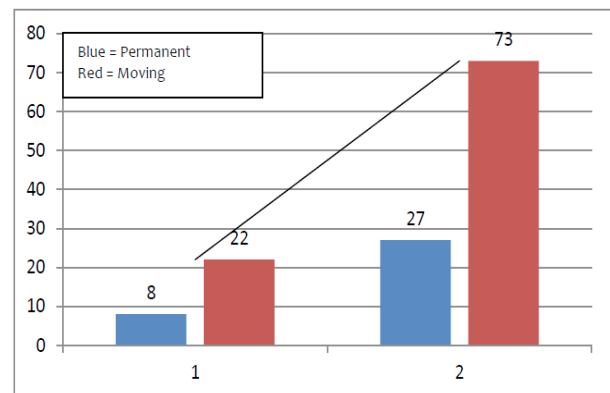
Karakteristik lain dari penjual makanan di empat lokasi dikabupaten Barru adalah bahwa sebagian besar bukan pedagang tetap di suatu lokasi. Mereka yang memiliki lokasi tetap dengan hanya 27% yang tersisa adalah pedagang yang lokasi berjualannya tidak diperbaiki. Tentu ini adalah salah satu masalah bagi penjual makanan di jalan. Tempat-tempat yang sering berpindah adalah penghalang bagi bisnis perdagangan mereka. Kondisi ini menunjukkan ketidak amanan yang dirasakan oleh penjual makanan karena tempat penjualan mereka dapat mengubah status mereka. Mayoritas dari mereka (73%) merasa mereka belum memiliki tempat yang tetap. Tentunya mereka benar-benar mendambakan tempat yang strategis dan menetap tetapi mereka tidak dapat melakukan apa pun selain menerima kondisi yang dinamis dan mobile. Agar lebih akurat, dapat diamati pada Gambar 4 di bawah ini.

Menurut pengalaman penjual, mereka memiliki pengalaman panjang dalam perdagangan. Sebanyak 17% telah menjual makanan dalam dua hingga empat tahun. Studi ini menemukan bahwa sekitar 47% memiliki waktu lama sebagai pedagang.

Secara praktis menunjukkan bahwa perdagangan mereka dapat menjadi alternatif yang dapat diandalkan untuk mempertahankan kehidupan keluarga mereka. Temuan lain yang perlu diperhatikan adalah jumlah tenaga kerja yang mengubah pekerjaan mereka dari sektor pertanian menjadi bisnis di sektor informal juga cukup besar, yaitu sekitar 37%. Tren ini menunjukkan ada daya tarik kota-kota kecil untuk membangun bisnis kecil mereka sendiri. Evers (2015) telah dipelajari tentang masa depan kota untuk waktu yang lama. Hampir semua pedagang merasa nyaman dengan profesinya. Hal ini dapat ditelusuri dan diteliti dari jumlah pedagang yang bisa bertahan lebih dari empat tahun. Kehadiran pedagang baru dan masa depan mengambang kota disatukan oleh Evers (2015) yang menunjukkan daya tarik kota yang perlu diwaspadai. Apalagi dengan rencana fasilitas baru, termasuk destinasi wisata baru.



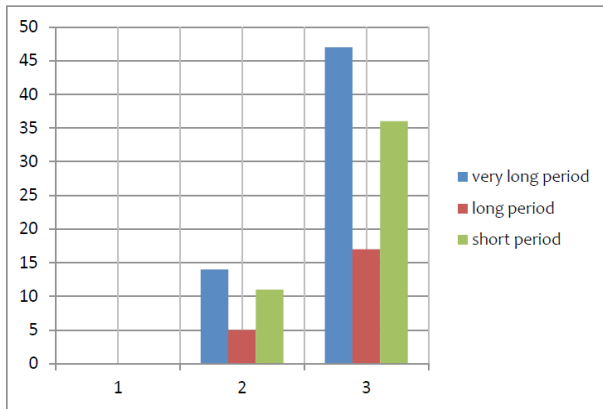
Gambar 2: Modal pedagang (IDR / hari)



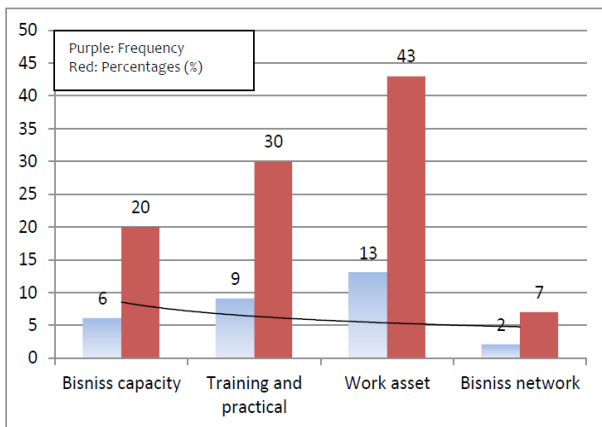
Gambar 3: Karakteristik pedagang berdasarkan tempat penjualan

Masalah yang dihadapi oleh penjual makanan umumnya ketika ditanya setidaknya ada 4 jawaban. Pertama, modal kerja. Banyak pedagang mengklaim mengapa mereka tidak dapat mengembangkan bisnis mereka secara bertanggung jawab karena modal mereka yang kecil. Kedua, masalah keterampilan kerja, Ketiga, menyangkut kapasitas bisnis skala kecil dan keempat mereka yang umumnya tidak memiliki bisnis jaringan (networking). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kurangnya keterampilan menduduki peringkat kedua dalam masalah bisnis makanan. Penulis berpikir bahwa peringkat kedua ini tampaknya menjadi masalah utama bagi mereka ditambah pengalaman yang rendah dalam bisnis makanan, sehingga mereka belum dapat mengepakkan sayap bisnis mereka. Secara sosiologis, bukan itu masalahnya, mengapa mereka bisa bertahan begitu lama dan mengapa

mereka masih bisa mengejar bisnis sebagai pengajaja makanan. Salah satu jawabannya adalah pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Masalah lengkap yang mereka hadapi tercantum dan dapat dilihat pada Gambar 05 di bawah ini:



Gambar 4: Karakteristik pedagang berdasarkan pengalaman perdagangan



Gambar 5: Beberapa masalah penjual makanan

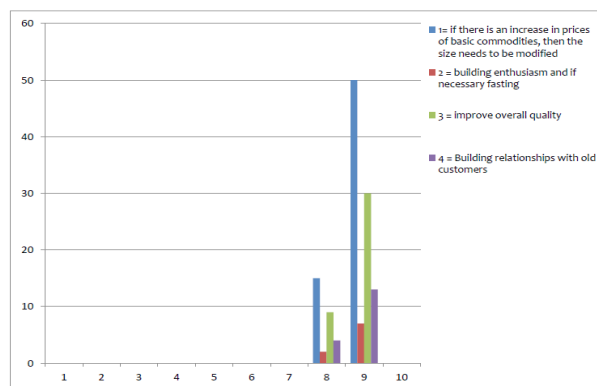
Fakta ini ternyata menjadi tantangan bagi Badan Pelatihan dan pemerintah, organisasi non-pemerintah dan pengamat ekonomi usaha kecil

untuk mendorong pedagang kaki lima untuk terus memberdayakan usaha mereka secara mandiri. Meski sudah banyak pihak yang sudah berupaya terus membuat keberadaan merchant ini dalam bentuk yang lebih baik, tetapi jika diperhatikan mereka masih relatif stagnan, kemajuannya lambat dan hanya terjebak dalam kondisi yang sama. Evers (2015) menyebutnya sebagai involusi perkotaan. Kejadian ini dekat dengan pola pendapatan dan konsumsi serta peluang menabung yang tidak banyak dilakukan oleh pedagang, sehingga setiap pemasukan sulit diinvestasikan ke dalam sektor bisnis yang telah mereka lakukan. Apalagi untuk sektor lain hampir pasti tidak terjadi.

Strategi yang dihadapi oleh pedagang makanan (makanan jalanan) dalam krisis

Beberapa bentuk adaptasi sosial harus menghadapi berbagai tekanan dan keadaan yang membuatnya tahan terhadap berbagai keadaan. Termasuk ketika mereka harus membuat keputusan sulit di tengah arus konsumsi dan gaya hidup yang menyelimuti mereka. Gambar 07 di bawah ini menggambarkan beberapa strategi yang telah mereka kembangkan. Salah satu hal yang paling sering mereka lakukan adalah mengemas

produk mereka untuk menghemat, seperti memodifikasi produk mereka, tetapi mereka berpendapat bahwa ini dikatakan mengurangi kualitas makanan yang disajikan. Sebagai gantinya, mereka terus berusaha menjaga kualitas produk.

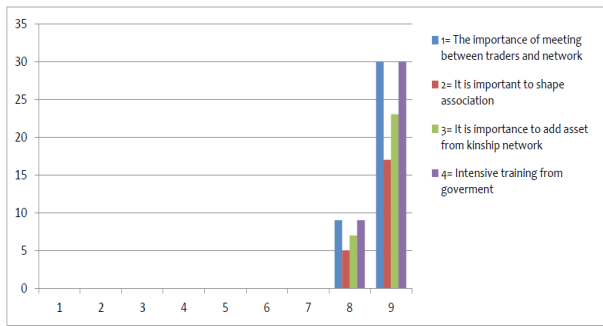


Gambar 6: Strategi yang digunakan oleh PKL untuk menghadapi krisis bisnis

Sumber: Data Primer (dianalisis) pada Des 2017

Pemberdayaan pedagang jajanan di Alun-alun, Jl AP.Pettarani dan sekitarnya memiliki pola seperti itu bertujuan untuk memperkuat modal bisnis, kewirausahaan, teknologi pengolahan, keamanan pangan, keamanan pemasaran, manajemen bisnis, kerjasama kelompok bisnis, penataan lokasi bisnis makanan jalanan yang memenuhi estetika kenyamanan, keindahan, ketertiban, dan keamanan. Penguatan beberapa hal ini tidak bisa dilaksanakan sendiri oleh pedagang tetapi membutuhkan kerja sama yang terintegrasi dengan

beberapa pihak terkait. Menurut informasi responden, beberapa hal-hal yang perlu diperkuat dan yang paling penting untuk diwujudkan adalah memenuhi kecukupan modal bisnis. Selain memenuhi kecukupan modal ventura, penguatan juga mendesak pada hal-hal yang berkaitan dengan masalah menjaga dan mengembangkan keamanan pemasaran. Solusi penguatan sosiologis terhadap posisi penjual makanan adalah pentingnya pertemuan rutin antar pedagang dapat membangun jaringan. Salah satunya misalnya dalam pengadaan bahan baku dengan harga bersaing. Selain itu, komunitas pedagang yang solid juga harus dibentuk. Ini bermanfaat untuk memberi kekuatan tawar-menawar terhadap tekanan dari luar. Termasuk dalam konteks ini dalam alokasi penempatan pedagang. Hal lain yang menarik adalah bahwa pinjaman melalui lembaga formal (bank dan / atau lembaga pembiayaan lainnya) semakin membebani posisi mereka. Mereka sepakat untuk memiliki pinjaman tanpa bunga dan bantuan dari pemerintah dalam bentuk modal kerja sangat diharapkan. Penjelasan lebih rinci dapat dilihat pada Gambar 07 di bawah ini.



Gambar 7: Solusi untuk Memberdayakan Pedagang Kaki Lima

Sumber: Data Primer (dianalisis) pada Des 2017

D. KESIMPULAN

Karakteristik pedagang jajanan di Alun-alun, Jl AP.Pettarani dan sekitarnya menunjukkan kondisi tertentu dalam hal: jenis kelamin, usia, pendidikan formal, pengalaman kerja, tingkat pendapatan per hari / bulan. Berdasarkan hasil penelitian, dapat dicatat bahwa ada kecenderungan responden umumnya berjenis kelamin laki-laki dengan rentang usia dewasa (17-55). Selain itu, tingkat pendidikan formal terkonsentrasi di kategori menengah atau setara SMP dan SMA. Pengalaman kerja responden mayoritas termasuk dalam kategori yang relatif lama yaitu > 4 tahun. Karakteristik lain menunjukkan bahwa responden cenderung mendapatkan penghasilan tinggi dari bisnis makanan jajanan (> Rp1.500.000). Ini sudah lebih tinggi

dari batas standar upah khususnya di Kabupaten Barru. Namun, setiap bulan responden juga cenderung menghabiskan biaya yang relatif tinggi (> Rp 1.500.000). Masalah yang dihadapi oleh penjual makanan adalah empat hal berikut: pertama, modal kerja. Banyak pedagang mengklaim mengapa mereka tidak dapat mengembangkan bisnis mereka ini karena modal mereka yang kecil. Kedua, masalah keterampilan kerja. Ketiga, menyangkut kapasitas bisnis skala kecil dan keempat, mereka umumnya tidak memiliki bisnis jaringan. Ada beberapa strategi yang telah mereka kembangkan. Salah satu hal yang paling sering mereka lakukan adalah mengemas produk mereka untuk menghemat, seperti memodifikasi produk mereka, tetapi mereka berpendapat bahwa ini dikatakan mengurangi kualitas makanan yang disajikan. Mereka terus berusaha menjaga kualitas produk. Saran yang dapat disampaikan untuk penguatan penjual makanan secara sosiologis, yaitu agar pedagang kaki lima lebih berdaya dan pentingnya pertemuan rutin antar pedagang untuk membangun jaringan. Salah satunya misalnya, dalam pengadaan bahan baku dengan harga bersaing. Selain itu, komunitas pedagang yang solid juga harus dibentuk. Ini bertujuan untuk memperkuat posisi tawar

terhadap tekanan dari luar. Termasuk dalam konteks ini alokasi penempatan pedagang. Hal lain yang menarik adalah bahwa pinjaman melalui lembaga formal (bank dan / atau lembaga pembiayaan lainnya) semakin membebani beberapa posisi mereka. Penjual makanan menuntut dua hal pertama, mereka tidak ingin diganggu oleh masalah lokasi. Kedua, mereka sering dituduh menjual makanan yang tidak sehat. Dalam konteks ini mereka ingin kepedulian pemerintah untuk menyelenggarakan pelatihan sanitasi makanan. Oleh karena itu, saran yang diberikan kepada pembuat kebijakan adalah mereka mencari penataan PKL berdasarkan komunitas pedagang dan kedua mengadakan pelatihan sanitasi makanan yang berkelanjutan.

Ucapan Terima Kasih

Penulis sangat berterima kasih kepada Ketua Pusat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (P3M), STIA AL GAZALI Barru, atas Saran dan arahnya . Saya juga ingin mengucapkan terima kasih kepada semua Mahasiswa yang membantu penelitian ini. Artikel ini didedikasikan untuk pedagang jajanan yang berjuang untuk hidup mereka. Terima kasih khusus kepada Ketua STIA AL GAZALI Barru, Puket II dan teman-temannya yang membantu kami untuk

menyelesaikan penelitian ini . Terima kasih khusus kepada Farid Tonra (Meraja media) yang mengedit naskah ini. Tanpa ini, penelitian ini tidak dapat dilaksanakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alatas and New House (2010). Indonesia and Security For All Job Report: Toward Better Jobs
- Anonim. 2015. Report of Poverty Population In Indonesia. Central Bureau of Statistic. Jakarta.
- De Soto, Fernando (1989). *The Other Path*. Harper & Row. Publisher, New York. Pp 271-272
- De Soto, Fernando (2000), *The Mystery of Capital, Why Capitalism Triumphs in The West and Fails Everywhere Else*, Black Swan Books, Transworld Publishers, 61-63 Udbridge, London.
- Dumasari. 2014b. *Coping Strategies Petani Miskin dalam Penyelesaian Permasalahan Konsumsi Pangan Lokal*. Artikel Ilmiah Dimuat pada Jurnal SEPA (Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis). Volume 10, Nomor 2, Februari 2014. ISSN 1829-9946. Penerbit Kerjasama Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian/ Agrobisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret, Solo dengan PERHEPI Komisariat Surakarta.

- Glaser, Barney G & Strauss, Anselm L., 1967. *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*, Chicago, Aldine Publishing Company.
- Evers, Hans Dieter. 2015. *Sosiologi Perkotaan : Urbanisasi dan Sengeketa Tanah di Indonesia dan Malaysia*. LP3ES. Jakarta.Pp 1-15
- Herawati, Tin, Basita Ginting S., Pang S. Asngari, Djoko Susanto dan Herien Puspitawati. 2011. *Ketahanan Pangan Keluarga Peserta Program Pemberdayaan Masyarakat di Pedesaan*. Artikel Dimuat pada *Jurnal Gizi dan Pangan*, November 2011, Volume 6, Nomor 3. Fakultas Ekologi Manusia. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Hilal, Syamsu (2013). *Upaya Penataan dan Pembinaan Pedagang Kaki Lima di Indonesia*. Syamsuhilal.Blockspot.Com.
- Hunt, Shelby D., and Scott J., Vitell. *The General Theory of Marketing Ethics: A Revision and Three Questions*. *Journal of Macromarketing* vol. 26 no. 2, December 2006.
- Syafardi Astri Ayeti. 2012. *Penataan Kelolaan Pedagang Kaki Lima (PKL) Buah Kota Padang*. Tesis. Universitas Andalas. Padang.

Journal online

- Nurlia, 2018, *Pemetaan Dimensi Kunci Pelaksanaan Pengembangan Organisasi Dalam pandangan Rhodes Dan Antoine*, *Meraja journal*, Vol 1No 3, <https://merajajournal.merajamedia.com/index.php/mrj/article/view/36> [diakses tanggal 4 Januari 2019]