



PEMBERDAYAAN PEDAGANG MAKANAN PADA SENTRA WISATA JALAN MAULANA YUSUF KOTA TANGERANG

Oleh

Seno Santoso¹, Muhamad Nur², Muniroh³

^{1,2,3}Universitas Islam Syekh-Yusuf

Email: ¹senosantoso@unis.ac.id, ²muhammad.nur@unis.ac.id,

³2203020071@students.unis.ac.id

Article History:

Received: 21-07-2024

Revised: 01-08-2024

Accepted: 19-08-2024

Keywords:

Pemberdayaan, Pedagang Makanan, Pendapatan Pedagang Makanan, Kota Tangerang

Abstract: *Pemberdayaan masyarakat pada hakikatnya merupakan proses perubahan yang terencana. Oleh sebab itu, kegiatan pemberdayaan pedagang makanan pada sentra wisata jalan maulana yusuf Kota Tangerang perlu terus ditingkatkan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pedagang dapat meningkatkan pendapatan melalui pemberdayaan ataupun inovasi usaha berdagang dan mengetahui apakah pedagang makanan melakukan proses jual beli yang sesuai dengan syariat agama Islam. Untuk mengetahui strategi pedagang makanan melakukan dagang, maka perlu dilakukan penelitian. Metode penelitian yang peneliti lakukan adalah kualitatif deskriptif. Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan mendapatkan hasil dimana para pedagang makanan mengalami peningkatan pendapatan pertahunnya sehingga dari hal tersebut keadaan perekonomian pedagang di sentra wisata jalan maulana yusuf Kota Tangerang perlu dilakukan pemberdayaan*

PENDAHULUAN

Penjualan makanan merupakan kegiatan perekonomian yang sangat menarik bagi para penjual di sentra wisata jalan maulana yusuf. Selanjutnya kelompok masyarakat ini menjadikan sesuatu yang hidup dimana penjual menjual makanan yang dibutuhkan dan mahasiswa memerlukan makanan tersebut.

Pedagang makanan merupakan suatu kegiatan ekonomi dalam wujud sektor informal yang membuka usahanya di bidang penjualan barang dan jasa dengan menggunakan modal yang relatif kecil serta menempati ruang publik. Sektor informal adalah sektor yang mampu menyediakan barang-barang yang relative murah, karena sektor ini lebih banyak menyediakan barang yang biasanya menjajakan makanan yang beraneka ragam baik dari segi bentuk dan nama, bagi masyarakat menengah ke bawah yang memiliki daya beli di pasaran tersebut (Maulana, 2024:2).

Merujuk pada pendapat Maulana tersebut, menyebutkannya dengan pedagang kaki lima namun pada kajian PKM ini adalah penjual makanan; yang menurut peneliti itu memiliki dasar kesamaan; yakni dilakukan dengan pemberdayaan. Tidak dipungkiri bahwa keberadaan pedagang kaki lima sering menimbulkan permasalahan dalam pembangunan



kota, misalnya menimbulkan permasalahan kebersihan lingkungan dan keindahan, kesemrawutan lalu-lintas, potensi konflik yang relatif besar dan sebagainya. Namun demikian, Pedagang Kaki Lima mempunyai kontribusi yang berarti bagi perekonomian masyarakat, terutama pada saat semakin sempitnya lapangan kerja. Pedagang kaki lima perlu ditangani/ditata secara terpadu melibatkan semua pihak yang berkepentingan, manusiawi, dan berorientasi pada **pemberdayaan** komunitas pedagang kaki lima agar terciptanya kesejahteraan bagi pedagang (Maulana, 2024:4).

Menurut Alfian (2023:51) menyebut bahwa secara lebih rincin mengenai pemberdayaan ekonomi masyarakat terhadap UMKM dalam meningkatkan ekonomi rumah tangga adalah sebagai berikut:

1. Pendapatan keluarga.
2. Pemberdayaan sumber daya manusia.
3. Inovasi produk.
4. Pengembangan pemasaran.
5. Pemenuhan Kebutuhan Keluarga.
6. Produksi dalam perspektif Islam.

LANDASAN TEORI

Teori Pemberdayaan

Menurut Payne (2020) mengemukakan **pemberdayaan (empowerment)** pada hakekatnya bertujuan untuk membantu klien mendapatkan kekuatan (daya) untuk mengambil keputusan dan tindakan yang akan dilakukan dan berhubungan dengan diri klien tersebut, termasuk mengurangi kendala pribadi dan sosial dalam melakukan tindakan. Pemberdayaan dilakukan dengan jalan meningkatkan kapasitas yang mengharapkan adanya dampak pada pengembangan rasa percaya diri seseorang (Kota et al., 2022); (Sundari et al., 2023:340).

Pemberdayaan adalah sebuah proses dengan mana orang yang menjadi cukup kuat untuk berpartisipasi dalam, berbagai pengontrolan atas, dan mempengaruhi terhadap, kejadiankejadian serta lembaga-lembaga yang mempengaruhi kehidupannya. (Anggraeni Charismanur Wilfarda, Wulan Puspita Ningtiyas, 2021). **Pemberdayaan** adalah sebuah proses dengan mana orang yang menjadi cukup kuat untuk berpartisipasi dalam, berbagai pengontrolan atas, dan mempengaruhi terhadap, kejadiankejadian serta lembaga-lembaga yang mempengaruhi kehidupannya. Menurut Ife dan Tesoriero, pemberdayaan bisa dikatakan dua kunci utama yakni kekuasaan atau kegiatan untuk memperkuat kekuasaan atau keberdayaan kelompok lemah dalam masyarakat, termasuk individu-individu yang mengalami kemiskinan (Amirudin, 2019); (Sundari et al., 2023:340).

Pemberdayaan UMKM

Usaha Mikro, Kecil dan menengah merupakan salah satu dari sekian banyak kegiatan yang dapat dimanfaatkan dan diberdayakan. Dengan pemberdayaan UMKM dapat membantu Masyarakat untuk meningkatkan pendapatan dan mengurangi pengangguran. Upaya mendorong dan memotivasi masyarakat untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat bahwa banyak potensi yang dapat digali dan dikembangkan (Agustin dan Ulya, 2022). Secara umum UMKM merupakan kegiatan usaha yang dapat memperluas kesempatan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi yang luas kepada masyarakat serta dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan



ekonomi, serta berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional (Sedyastuti, 2018); (Yusuf et al., 2023:254)

Melihat peran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang penting dalam bidang perekonomian maka sudah seharusnya generasi muda saat ini turut membantu dalam pengembangan UMKM di Indonesia karena menjadi sentral dalam penghasil output hingga penyedia lapangan kerja bagi masyarakat Indonesia. Banyaknya permasalahan yang dialami oleh UMKM membuat perekonomian nasional tidak maksimal, sehingga UMKM di Indonesia perlu diberikan perhatian khusus melalui upaya pemberdayaan seperti pelatihan, pembinaan, pendampingan hingga pemberian fasilitas dan bantuan untuk menumbuhkan kemampuan daya saing para pelaku UMKM

(Aina dkk, 2019). Pemberdayaan disebut sebagai sebuah kerjasama kolaboratif yang mana orang yang kurang berdaya atau lemah dalam sumber daya bernilai diharuskan untuk mengupgrade akses dan kontrol atas sumber daya untuk memecahkan masalah pribadi atau rakyat. sehingga dengan kolaborasi antara keduanya pihak yang diberdayakan mampu untuk mandiri dan melepaskan diri dari ketergantungan pihak lain (Yusuf et al., 2023:254).

Menurut (Surya, 2023) pemberdayaan masyarakat ialah upaya memberikan daya kepada masyarakat agar mau dan mampu melakukan aktifitas positif yang bermanfaat bagi mereka. Sejalan dengan itu, menurut Endah dalam (Mayasari, 2023) bahwa pemberdayaan masyarakat intinya membangkitkan potensi yang ada dalam diri individu atau kelompok dengan memberikan dorongan, memberikan kesadaran akan potensi yang dimiliki orang atau kelompok tersebut dengan tujuan pemberdayaan mengarah kepada keadaan capaian atau yang ingin dihasilkan ke arah perubahan masyarakat yang berdaya guna dan memiliki kemampuan dalam merubah dan memperbaiki kehidupan sosial ekonomi masyarakatnya (Yusuf et al., 2023:255).

Pendampingan pemberdayaan masyarakat menjadi salah satu strategi penting dalam mengembangkan perekonomian desa yang berkelanjutan dan inklusif, di mana masyarakat desa dapat memperoleh manfaat ekonomi yang lebih besar dan memperbaiki kualitas hidup mereka (Rahayu & Febrina., 2021). Melalui pendampingan ini, masyarakat desa dapat diberdayakan untuk mengembangkan potensi lokal mereka dengan memanfaatkan sumber daya alam dan keunggulan kompetitif yang dimiliki, serta meningkatkan akses mereka ke pasar dan sumber daya lainnya (Suyatno & Suryani, 2022); (Yusuf et al., 2023:255).

Pemberdayaan masyarakat merupakan suatu konsep yang sangat penting dalam pembangunan yang berkelanjutan. Konsep pemberdayaan masyarakat sendiri meliputi upaya-upaya untuk meningkatkan kemampuan dan kemandirian masyarakat agar mampu mengambil peran aktif dalam pembangunan di wilayahnya (Kusmana & Garis, 2019). Salah satu aspek yang sangat penting dalam pemberdayaan masyarakat adalah perekonomian, karena perekonomian yang baik dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat serta membuka peluang untuk meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran (Amiin dkk, 2018). Dalam upaya untuk meningkatkan perekonomian masyarakat desa, diperlukan pendampingan yang baik dari pihak yang memiliki keahlian dan pengalaman dalam bidang pemberdayaan ekonomi (Tanan & Dhamayanti, 2020).

Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan masyarakat pada hakikatnya merupakan proses perubahan yang terencana (*planet change*). Oleh sebab itu, kegiatan perencanaan dalam penyelenggaraan



kegiatan pemberdayaan masyarakat menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan oleh para administrator dan fasilitator pemberdayaan masyarakat. Mengutip dari pendapat Martinez (1985) yang menyatakan bahwa: pembangunan (pedesaan) yang efektif, bukanlah semata-mata karena adanya kesempatan, tetapi merupakan hasil dari penentuan pilihan-pilihan kegiatan, bukan hash “trial and teori” tetapi akibat dari perencanaan yang baik (Alfani, 2023:II).

Untuk mengetahui **tujuan pemberdayaan ekonomi masyarakat** terhadap UMKM dalam meningkatkan ekonomi rumah tangga maka perlu diketahui beberapa indikatornya. Secara umum dapat dilihat dalam memenuhi kebutuhan mereka sehari-hari. Secara lebih rincinya adalah sebagai berikut:

1. Pendapatan keluarga.
2. Pemberdayaan sumber daya manusia.
3. Inovasi produk.
4. Pengembangan pemasaran.
5. Pemenuhan Kebutuhan Keluarga.
6. Produksi dalam perspektif Islam (Alfani, 2023:47-51).

METODE

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis strategi pemberdayaan pedagang penjualan pada sentra wisata kuliner jalan maulana yusuf. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang menghasilkan data berupa kata-kata yang ditulis dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bahwa: (1) aspek strength memiliki keunggulan penerapan pasar tunggal. (2) aspek opportunities dilakukan dengan bimbingan keterampilan memasak dan manajemen produk melalui kerjasama antara sesama pedagang. (3) aspek aspirations yang disampaikan oleh para pedagang mengenai peningkatan promosi usaha. Akan tetapi, masih ada keluhan dari pada pedagang terkait promosi usaha yang kurang maksimal. (4) aspek results telah dirasakan oleh para pedagang dibuktikan dengan peningkatan pendapatan melalui pembinaan, pendampingan, dan monitoring serta evaluasi secara berkala. Adanya persamaan dan perberdaan dalam penelitian ini, persamaan penelitian ini sama-sama menggunakan analisis deskriptif.

HASIL

a. Pendapatan keluarga

Pendapatan keluarga merupakan penghasilan yang diperoleh masyarakat yang berasal dari pendapatan kepala rumah tangga maupun pendapatan anggota-anggota rumah tangga lainnya. Pendapatan rumah tangga merupakan balas karya atau jasa atau imbalan yang diperoleh karena sumbangan yang diberikan dalam kegiatan produksi. Secara konkritnya pendapatan keluarga berasal dari:

1. Usaha itu sendiri, misalnya berdagang, bertani, membuka usaha sebagai wiraswastawan; dalam penelitian ini berupa hasil jualan di senta wisata kuliner jalan maulana yusuf.
2. Bekerja pada orang lain, misalnya sebagai pegawai negeri ataupun pegawai swasta.
3. Hasil dari pemilihan, misalnya tanah yang disewakan dan lain-lain; dalam hal ini memanfaatkan jalan maulana yusuf.



Pendapatan bisa berupa uang maupun barang misalnya berupa santunan baik berupa beras, fasilitas perumahan, dan lain-lin pada umumnya pendapatan manusia terdiri dari pendapatan nominal berupa uang dan pendapatan riil berupa barang, sehingga dalam setiap pendapatan yang di dapat oleh satu keluarga hendaknya memiliki kreativitas ataupun inovasi guna meningkatkan pendapatan keluarga tersebut (Alfani, 2023:48).

b. Pemberdayaan sumber daya manusia

Pemberdayaan sumber daya manusia atau biasa disebut juga SDM adalah suatu proses kegiatan usaha untuk memberdayakan “daya manusia” melalui perubahan dan pengembangan manusia itu sendiri, berupa kemampuan, kepercayaan, wewenang, dan tanggung jawab dalam rangka pelaksanaan kegiatan-kegiatan organisasi untuk meningkatkan kinerja sebagaimana yang diharapkan. Menurut Stewart diterjemahkan oleh Haradjana (1998:22) bahwa: “Pemberdayaan sumber daya manusia merupakan cara yang amat praktis dan produktif untuk mendapatkan yang terbaik dari diri sendiri dan dari staf”. Menurut Stewart dikutip Kadarisman (2017:224) mengajukan teori pemberdayaan SDM dengan istilah “pegawai” yang dikenal dengan “the eight e’s of empowerment” dikatakan bahwa “People want to do a god job and will do so if you let them” (atas dasar uraian tersebut dapat diketahui bahwasanya bukan berarti meniadakan kontrol sama sekali kepada pegawai, namun memberi keleluasaan serta kewenangan kepada pegawai untuk mengatur dan mengembangkan kemampuannya dalam menyelesaikan tugas dan tanggung jawabnya kearah yang lebih positif (Alfani, 2023:48-49).

c. Inovasi produk

Kata inovasi dapat diartikan sebagai proses atau hasil pengembangan atau pemanfaatan, sebagai proses atau hasil dari pengembangan atau pemanfaatan, keterampilan dan pengalaman untuk menciptakan atau memperbaiki produk (barang atau jasa), proses atau sistem yang baru yang memberikan nilai berarti secara signifikan. Inovasi biasanya mengacu kepada sifat seperti memperbarui, mengubah atau membuat proses maupun produk, serta cara dalam melakukan sesuatu sehingga menjadi lebih efektif. Dalam konteks bisnis atau usaha, hal ini berarti menerapkan ide-ide baru, meningkatkan layanan yang ada, serta membuat produk-produk lain yang lebih dinamis (Alfani, 2023:49).

d. Pengembangan pemasaran

Pengembangan pemasaran merupakan sebuah usaha yang dilakukan dalam meningkatkan penjualan dari hasil produk yang dihasilkan. Dengan ini, perusahaan mencarisegmen pasar baru untuk produk tersebut. Kegiatan ini merupakan salah satu alternatif untuk meningkatkan perusahaan. Kuantitas penjualan dapat ditingkatkan ketika wilayah pemasaran diperluas dengan yang baru. Pengembangan pasar tidak melibatkan suatu produk dikarenakan perusahaan hanya menjual produk ke segmen yang baru dimana contoh dari pengembangan pemasaran adalah:

- a. Strategi pengembangan pasar bertargetkan pelanggan dari luar lingkup pemasaran seperti biasanya.
- b. Penggunaan media sosial dalam proses pemasaran dimana pada zaman sekarang tidak menutup kemungkinan bahwa setiap pelaku usaha hendaknya mulai menggunakan media sosial ataupun aplikasi e-commerce yang telah ada pada saat ini guna meningkatkan jumlah pendapatan (Alfani, 2023:50).
- e. Pemenuhan kebutuhan keluarga



Kebutuhan keluarga merupakan kebutuhan yang harus dipenuhi dalam setiap rumah tangga agar keluarga dapat menjalani kehidupan dengan baik. Dalam kelangsungan hidup manusia ada berbagai kebutuhan yang muncul untuk mendukung aktivitas sehari-hari dari setiap anggota keluarga. Kebutuhan yang muncul untuk mendukung aktivitas sehari-hari dari setiap anggota keluarga. Kebutuhan keluarga dapat dilihat dari kebutuhan pokok/utama manusia pada umumnya dimana kebutuhan manusia pada umumnya adalah kebutuhan pangan (makanan dan minuman), sandang (pakaian) dan papan (rumah) dimana ketiga kebutuhan tersebut adalah kebutuhan dasar yang berguna untuk memenuhi kebutuhan manusia secara fisik (Alfani, 2023:51)

f. Produksi dalam perspektif Islam

Produksi dalam ekonomi islam merupakan setiap bentuk aktivitas yang dilakukan untuk mewujudkan manfaat atau menambahkannya dengan cara mengeksplorasi sumber-sumber ekonomi yang disediakan Allah SWT sehingga menjadi maslahat, untuk memenuhi kebutuhan manusia, oleh karenanya kegiatan produksi hendaknya berorientasi terhadap kebutuhan masyarakat luas. Prinsip produksi dalam islam berarti menghasilkan sesuatu yang halal yang merupakan akumulasi dari semua proses produksi baik itu mulai dari sumber bahan baku sampai dengan produk yang dihasilkan baik itu barang maupun jasa (Alfani, 2023:51).

KESIMPULAN

Setelah memaparkan pembahasan tentang peran dan kontribusi usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) untuk meningkatkan ekonomi rumah tangga sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan terhadap beberapa pedagang makanan pada sentra wisata kuliner jalan maulana yusuf Kota Tangerang
2. Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan terhadap pedagang makanan terdapat beberapa pelaku yang memiliki program kedepannya dimana dalam hasil penelitian yang peneliti lakukan peneliti mengetahui bahwasanya beberapa pedagang makanan memiliki program kedepannya yaitu:
 - a. Meningkatkan kualitas produk.
 - b. Memperbanyak produk yang mereka jual.
 - c. Merekrut tenaga kerja yang berkualitas walau berkaitan dengan familinya.

Berdasarkan kesimpulan di atas dapat diajukan beberapa rekomendasi yang diharapkan bisa diterapkan yaitu:

- a. Peneliti mengharapkan terhadap peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel dimana variabel tersebut lebih spesifik atau lebih terpaku terhadap pedagang makanan yang diteliti.
- b. Berharap jumlah pedagang makanan yang dilakukan pada saat ini adalah 30 pedagang.
- c. Usaha yang dapat dilakukan yakni pemberdayaan baik berharap dari pemerintah Kota Tangerang maupun Universitas Islam Syekh-Yusuf Tangerang.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGMENTS

Pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung keberhasilan PKM ini terutama kepada Kepala Lembaga Halal dan Staf Universitas Islam Syekh-Yusuf Tangerang yang telah mendukung kegiatan ini, juga terima



kasih kepada Bapak/Ibu penjual makana di Jalan Maulana Yusuf atas kesediaannya menjadi mitra pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Maulana, M. 2024. STRATEGI PAGUYUBAN PUJAN TOHA STREET FOOD DALAM MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN PEDAGANG KAKI LIMA DI KELURAHAN KESENDEN Kecamatan Kejaksan, Kota Cirebon, Jawa Barat, Indonesia.
- [2] Yusuf, R. N., Simamora, D.E., Adawiah, Y. R., Sarmini, R., Richwanto, R. B Y. 2023. PROGRAM PENDAMPINGAN PACKAGING DAN DIGITAL MARKETING PADA UMKM PRODUK RENGGINANG DI DESA MUKTIJAYA. *Jurnal Bakti Tahsinia (JBT)*, 1(3), Oktober 2023, Hal. 253-267
- [3] Alfani, A. R. 2023. *ANALISIS PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT TERHADAP PENDAPATAN UMKM DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada Desa Tias Bangun Kec. Pubian Kab. Lampung Tengah).* Skripsi. FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN BANDAR LAMPUNG. 1445H/2023



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN