

## Strategi Peningkatan Pendapatan Pedagang Kaki Lima (PKL) dengan Analisis Business Model Canvas (Studi Kasus: Pedagang Kaki Lima Lapangan Kantin Wirabraja di Bukittinggi)

**Tania Octavia**

Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi

Korespondensi penulis: [taniaoctavia71@gmail.com](mailto:taniaoctavia71@gmail.com)

**Andis Febrin**

Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi

Email: [andisfebrin8927@yahoo.com](mailto:andisfebrin8927@yahoo.com)

**Abstract.** *The economic sector is currently experiencing rapid development, including the informal business sector that aims to fulfil the needs of life. Street vendors (PKL) are included in this sector with small capital and businesses that are private or group, utilising the crowd. Along with economic development, competition among street vendors is getting tighter, including in the Wirabraja canteen field, Bukittinggi, the majority of which are engaged in the culinary sector and children's entertainment. This study aims to determine the strategies to increase income and the obstacles faced by street vendors using Business Model Canvas (BMC) analysis. This research is descriptive qualitative with data collection methods through observation, interviews, and documentation. The results showed that Wirabraja canteen field vendors already know the strategy of increasing income and overcoming natural obstacles such as weather by bringing their own equipment. Income generation strategies are analysed through two important elements of BMC, namely Customer Segments and Customer Relationships.*

**Keywords:** *Income Generation Strategy, Constraints, Business Model Canvas (BMC)*

**Abstrak.** Sektor ekonomi saat ini mengalami perkembangan pesat, termasuk sektor usaha informal yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Pedagang kaki lima (PKL) termasuk dalam sektor ini dengan modal kecil dan usaha yang bersifat pribadi atau kelompok, memanfaatkan keramaian. Seiring perkembangan ekonomi, persaingan antar PKL semakin ketat, termasuk di lapangan kantin Wirabraja, Bukittinggi, yang mayoritas bergerak di sektor kuliner dan hiburan anak-anak. Penelitian ini bertujuan mengetahui strategi peningkatan pendapatan dan kendala yang dihadapi PKL menggunakan analisis Business Model Canvas (BMC). Penelitian ini bersifat kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PKL lapangan kantin Wirabraja sudah mengetahui strategi peningkatan pendapatan dan mengatasi kendala alam seperti cuaca dengan membawa perlengkapan sendiri. Strategi peningkatan pendapatan dianalisis melalui dua elemen penting BMC, yaitu Segmen Pelanggan dan Hubungan Pelanggan.

**Kata kunci:** Strategi Peningkatan Pendapatan, Kendala, Business Model Canvas (BMC)

### LATAR BELAKANG

Kegiatan perekonomian mempunyai peranan penting dalam memenuhi kebutuhan hidup manusia. Bekerja merupakan salah satu cara bagi setiap manusia untuk dapat memperoleh harta, dimana harta dapat dikategorikan sebagai kebutuhan setiap orang bertujuan untuk dapat memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Pekerjaan adalah salah satu alasan utama mengapa individu dapat memperoleh pendapatan melalui kegiatan usaha yang meliputi produksi, konsumsi, dan perdagangan. Seiring berjalannya waktu, persaingan antar pelaku bisnis semakin pesat, oleh karena itu untuk mengatasi situasi persaingan para pebisnis perlu

merancang strategi yang tepat dalam persaingan bisnis untuk memperoleh pendapatan atau keuntungan yang diinginkan.

Persaingan dalam dunia usaha mengacu pada persaingan antara pemilik usaha yang memperjuangkan kemandirian dan berusaha menarik konsumen dengan menawarkan produk dan jasa yang berkualitas tinggi sehingga dapat menarik minat konsumen. Kegiatan perekonomian di Sumatera Barat terkonsentrasi pada sektor pertanian dan perdagangan. Dalam bidang pedagang, komunitas pedagang merupakan pelaku utama dalam kegiatan usaha, kegiatan usaha tersebut merupakan salah satu cara yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan keluarga dan rumah tangga, para pelaku dikenal dengan sebutan pedagang kaki lima (PKL).

Islam menganjurkan kepada umatnya untuk mencari nafkah dan melakukan perlombaan dalam kegiatan untuk pemenuhan kebutuhan hidup asalkan apa yang dikerjakan dalam kegiatan bisnis dan usaha tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip agama. Dalam hal ini, para pebisnis akan menghadapi persaingan dengan pebisnis lainnya. Oleh karena itu, persaingan yang sehat sangat diperlukan meskipun persaingan dalam dunia usaha dan perusahaan tidak dapat dihindari, karena dalam persaingan para pedagang akan menunjukkan keunggulan dalam produknya masing-masing untuk memperoleh pendapatan atau keuntungan.

Pedagang kaki lima (PKL) yaitu orang-orang yang melakukan kegiatan usaha dengan memanfaatkan kondisi keramai yang bersifat sementara dan tidak permanen untuk kegiatan usahanya, pedagang kaki lima (PKL) memiliki modal yang relatif kecil, usaha yang dilakukan bersifat pribadi maupun kelompok. Para pedagang kaki lima (PKL) memanfaatkan unsur keramaian yang dinilai mendatangkan nilai ekonomis. Dalam bidang ekonomi, pedagang kecil seperti pedagang kaki lima (PKL) masuk dalam sektor informal yang merupakan pekerjaan yang tidak tetap dan tidak memerlukan keterampilan khusus dalam menjalankan kegiatannya. Selain itu, pedagang kaki lima (PKL) mengalami perkembangan cukup pesat yang ditandai dengan banyaknya jumlah pedagang kaki lima (PKL) yang ada, para pedagang kaki lima (PKL) juga mudah dijumpai oleh konsumen dari pada pedagang resmi yang telah memiliki tempat tetap dalam kegiatan usaha.

Pendapatan adalah segala penghasilan yang diperoleh baik berupa uang maupun barang hasil industri yang memiliki nilai atas dasar sejumlah uang dari harta yang berlaku saat itu. Pendapatan merupakan sumber penghasilan seseorang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan sangat penting artinya bagi keberlangsungan hidup dan penghidupan seseorang secara langsung maupun tidak langsung. Sementara itu, menurut aturan *Accounting Principle Board* yang dikutip oleh *Theodrus Tuankotta* dalam buku hipotesis pembukuan (teori akuntansi),

pendapatan atau gaji adalah sebagai *masuknya sumber daya* kedalam organisasi perusahaan sebagai akibat penjualan barang dan jasa.

Bukittinggi merupakan salah satu Kota yang terletak di Provinsi Sumatera Barat dan merupakan salah satu pusat perdagangan grosir terbesar di pulau Sumatera. Selain sektor perdagangan dan jasa, di Bukittinggi juga terdapat sektor industri yang mengolah sektor pertanian dan kehutanan Kota Bukittinggi, setidaknya 810 jenis usaha industri telah ada dan lima jenis usaha yang besar adalah industri roti, kue kering, komponen bangunan, perabotan, dan industri kopi. Kota Bukittinggi juga memiliki lokasi strategis untuk para pedagang kaki lima (PKL) mencari rezeki dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Masyarakat sekitaran Bukittinggi menyebutnya dengan nama Lapangan Kantin Wirabraja, lokasi yang dijadikan oleh para pedagang menjajakan dagangan, setidaknya aktivitas perdagangan di Lapangan Kantin Wirabraja berlangsung pagi hingga malam hari. Pada pagi sampai siang hari setidaknya ada 10-15 orang pedagang baik itu pedagang tetap ataupun pedagang tidak tetap yang hanya singgah sebentar, sedangkan pada sore sampai malam hari setidaknya ada 15-25 orang pedagang yang telah mengisi pinggiran Lapangan Kantin Wirabraja. Berikut merupakan tabel pedagang kaki lima (PKL) lapangan kantin Wirabraja:

**Tabel 1.** Pedagang dan Nama Dagangan Bulan Agustus 2023

NO	Nama Pedagang	Nama Dagangan
1.	Ibuk Irma	Bakso Tusuk Mas Ram
2.	Ibuk Aprilia	Telur Gulung Topping 1.000 an
3.	Bang Mufti	Mainan Anak-anak, mandi bola, pancing-pancingan ikan mainan, dan motor scooter
4.	Kak Selvia Utari	Pop Ice Meledak Viral
5.	Ibuk Lia	Bubur Ayam 88 Aisyah
6.	Ibuk Rita	Aneka Jajanan Kue dan Goreng-gorengan
7.	Kak Anisa	Bubur Bayi
8.	Sustino	Bakso
9.	Ibuk Gira	Telur Gulung 1.000 an
10.	Ibuk Mira	Jus
11.	Kebri	Jamur Krispi
12.	Yuli	Master Jus
13.	Ari	Motor Scooter
14.	Wike	Kebab Burger Cabiak
15.	Sarah	Aneka Jajanan Seafood dan Sosis

Sumber: *Observasi Langsung*

Pada dasarnya setiap pedagang kaki lima (PKL) mempunyai produk yang berbeda-beda, ada yang bergerak di bidang kuliner, misalnya makanan dan minuman, hiburan seperti permainan anak-anak. Bagaimanapun, tidak jarang dari para pedagang memiliki dagangan

yang bergerak pada sektor yang sama dan hal itu tentu menimbulkan persaingan dalam kegiatan usaha. Oleh karena itu, dalam persaingan antara sesama pedagang inovasi dan strategi yang berbeda-beda sangat diharapkan untuk menarik minat konsumen dan memperoleh pendapatan yang diinginkan, karena masing-masing pedagang kaki lima (PKL) akan memperoleh pendapatan yang berbeda-beda. Berikut merupakan pembagian klaster para pedagang kaki lima (PKL).

**Tabel 2.** Daftar Jenis dan Pembagian Usaha Pedagang

Klaster Pedagang			
NO	Jenis	Pagi-Sore	Sore-Malam
1	Makanan	8- 10 Pedagang	5-10 Pedagang
2	Minuman	5- 8 Pedagang	4- 6 Pedagang
3	Wahana Hiburan Anak-anak	5- 6 Pedagang	10 Pedagang

Pendapatan yang di peroleh oleh para pedagang kaki lima (PKL) di lapangan kantin Wirabraja pada dasarnya bervariasi sesuai dengan dagangan apa yang dijual oleh pedagang, pendapatan pedagang juga ditentukan oleh keadaan lokasi, karena sarana dan prasarana usaha pedagang kaki lima (PKL) berada di lahan terbuka, maka pendapatan pedagang kaki lima juga bergantung pada kondisi cuaca. Selain itu, pendapatan para pedagang juga bergantung pada tingkat volume masyarakat yang berkunjung ke lapangan kantin Wirabraja. Berikut merupakan tabel pendapatan pedagang kaki lima (PKL):

**Tabel 3.** Pedagang dan Pendapatan Pedagang (3 bulan)

NO	Nama Pedagang	Nama Dagangan	Pendapatan	
			Per/hari	Per/ 3 bulan
1.	Ibuk Irma	Bakso Tusuk Mas Ram	Rp.300.000- Rp.500.000	Rp.8.000.000- Rp.8.500.000
2.	Ibuk Aprilia	Telur Gulung Topping 1.000 an	Rp.300.000- Rp.400.000	Rp.6.000.000- Rp.7.500.000
3.	Bang Mufti	Mainan Anak-anak, mandi bola, pancing-pancingan ikan mainan, dan Motor scooter	Rp.200.000- Rp.350.000	Rp.5.000.000- Rp.7.000.000
4.	Kak Selvia Utari	Pop Ice Meledak Viral	Rp. 300.000- Rp.350.000	Rp.6.000.000- Rp.7.000.000
5.	Ibuk Lia	Bubur Ayam 88 Aisyah	Rp.350.000- Rp.500.000	Rp.7.000.000- Rp.9.000.000
6.	Ibuk Rita	Aneka Jajanan Kue dan Gorengan.	Rp.200.000- Rp.350.000	Rp.5.000.000- Rp.6.500.000
7.	Kak Anisa	Bubur Bayi	Rp.180.000- Rp.250.000	Rp.4.000.000- Rp.6.000.000

NO	Nama Pedagang	Nama Dagangan	Pendapatan	
			Per/hari	Per/ 3 bulan
8.	Sustino	Bakso	Rp.500.000- Rp.600.000	Rp.7.500.000- Rp.9.000.000
9.	Ibuk Gira	Telur Guling 1.000 an	Rp.200.000- Rp.400.000	Rp.4.000.000- Rp.5.500.000
10.	Ibuk Mira	Jus	Rp. 350.000- Rp.400.000	Rp.5.000.000- Rp.6.000.000
11.	Kebri	Jamur Krispi	Rp.250.000- Rp.450.000	Rp.4.500.000- Rp.6.000.000
12.	Yuli	Master Jus	Rp. 350.000- Rp.400.000	Rp.5.000.000- Rp.6.000.000
13.	Ari	Motor Scooter	Rp.250.000- Rp.450.000	Rp.4.500.000- Rp.6.000.000
14.	Wike	Kebab Burger Cabiak	Rp.200.000- Rp.400.000	Rp.8.000.000- Rp.10.000.000
15.	Sarah	Aneka Jajanan Seafood dan Sosis	Rp.250.000- Rp.500.000	Rp.5.500.000- Rp.7.000.000

Sumber: *Observasi Langsung*

Fenomena dilapangan memberikan gambaran persaingan antar sesama pedagang kaki lima (PKL) tidak dapat dihindari yang disebabkan banyaknya para pedagang yang bergerak pada sektor usaha yang sama. Oleh karena itu, strategi dan inovasi sangat diharapkan agar usaha tetap berjalan dan menarik minat konsumen.

Ada beberapa penelitian yang membahas tentang strategi peningkatan pendapatan yang ditelaah oleh Hermi Sularsih dan Ahamad Nasir mengamati bahwa proses peningkatan pendapatan pada usaha makanan dan minuman di Kabupaten Pasuruan adalah dengan menumbuhkan sistem yang memanfaatkan kualitas dan memanfaatkan peluang yang berasal dari luar. Selain itu, Isty Evrilia Rahayu juga meneliti strategi pendapatan pedagang kaki lima (PKL) di alun-alun Ponorogo. Berdasarkan hasil penelitian, penyebab turunnya pendapatan para pedagang kaki lima di Alun-Alun Ponorogo adalah dari para pedagang itu sendiri (internal), sehingga perlunya alternatif strategi secara diversifikasi yaitu upaya dalam pencarian serta pengembangan produk dan pencarian pasar baru dalam kegiatan usaha para pedagang.

Miftakhul Khoiriyah dan Dede Nurohman juga membuat kajian tentang strategi pengembangan usaha mikro dengan menggunakan strategi *business model canvas* (BMC) yang dilakukan oleh pengrajin ban bekas di Tulungagung. Penelitian ini meneliti tentang usaha pembuatan ban bekas di Tulungagung. Temuan penelitian menunjukkan bahwa strategi diversifikasi yang didasarkan pada menjaga kualitas dan variasi produk serta mengoptimalkan

sumber daya manusia digunakan dalam pengembangan bisnis. Sementara itu, teknik BMC memerlukan penilaian terhadap enam komponen: pelanggan, penawaran, saluran, sumber daya utama, aktivitas utama, dan struktur biaya. Dalam penelitian ini, peneliti ingin mencari bagaimana strategi peningkatan pendapatan para pedagang kaki lima (PKL) dengan analisis bisnis model canvas. Dalam penelitian ini peneliti bertujuan untuk mencari strategi peningkatan pendapatan pedagang kaki lima (PKL) dengan menggunakan analisis *bisnis model canvas*.

Melihat fenomena di lapangan yang menggambarkan tingginya tingkat persaingan usaha, belum adanya kemajuan inovasi, dan penataan kawasan pedagang, maka perlu dikembangkan model dan sistem bagi organisasi pedagang jalan (PKL) untuk meningkatkan upah dalam menjalankan usaha di daerah. periode persaingan bisnis yang cepat, bahkan dalam sektor informal. Berdasarkan landasan di atas, maka definisi permasalahan dalam pendalaman ini adalah: 1. Bagaimana strategi peningkatan pendapatan yang dilakukan oleh Pedagang Kaki Lima (PKL) dalam menghadapi persaingan usaha dan 2. Kendala apa saja yang menghadang Pedagang Kaki Lima (PKL) di Lapangan Kantin Wirabraja Bukittinggi dalam upaya meningkatkan pendapatannya? Tujuan penelitian adalah sebagai berikut: 1. Untuk mengetahui dan menganalisa strategi peningkatan pendapatan yang dilakukan oleh para pedagang kaki lima (PKL) dalam menghadapi persaingan usaha dan 2. Untuk mengetahui kendala atau hambatan dalam meningkatkan pendapatan bagi para pedagang kaki lima (PKL) di Lapangan Kantin Wirabraja Bukittinggi.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian yang penulis lakukan menggunakan pendekatan kualitatif yaitu penelitian yang menggunakan analisis deskriptif tentang objek penelitian seperti melalui kata-kata dan temuan melalui wawancara. Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan dimana penulis terjun langsung ke lapangan. Lokasi penelitian adalah Pedagang kaki lima (PKL) yang ada dilapangan kantin Wirabraja di Bukittinggi. Jenis dan sumber data dari penelitian ini bersumber dari data primer dan data sekunder. Pengumpulan data dilakukan menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk mengamati objek penelitian seperti suasana, kondisi dilapangan pedagang kaki lima (PKL) di lapangan kantin Wirabraja Bukittinggi. Wawancara dilakukan dengan mewawancarai pihak KODIM dan pedagang kaki lima (PKL) yang ada di lapangan kantin Wirabraja Bukittinggi. Dokumentasi yang dilakukan dipergunakan sebagai bukti yang menunjukkan kondisi dilapangan menggunakan dokumentasi foto.

Data yang diperoleh di lapangan kemudian dianalisis dengan teknik pemodelan Miles dan Huberman: tahap pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penyampaian hasil (Miles dan Huberman, 1994). Proses diskusi berlangsung dalam beberapa tahap. Pertama, kami mengekstrak data penting terkait strategi peningkatan pendapatan Pedagang Kaki Lima Kantin (PKL) Bukittinggi dalam menghadapi persaingan. Tahap kedua mengenali kendala atau hambatan yang dihadapi selama berjualan di lapangan kantin Witabraja, Bukittinggi. Dari kedua pembahasan tersebut akan diperoleh strategi peningkatan pendapatan yang bisa dilakukan oleh para pedagang kaki lima (PKL) dengan analisis Business Model Canvas (BMC) dalam menghadapi persaingan serta kendala atau hambatan yang dirasakan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Strategi Peningkatan pendapatan**

#### **1. Strategi Harga**

Strategi harga merupakan hal utama yang ditentukan dalam kegiatan usaha yang digunakan sebagai alat menentukan nilai produk. Pedagang kaki lima (PKL) lapangan kantin Wirabraja Bukittinggi menetapkan harga produk berdasarkan dengan harga bahan baku. Selain itu penetapan harga juga disetarakan dengan dagangan yang sama antara pedagang satu dengan lainnya, untuk menghindari terjadinya kesenjangan harga yang terlalu jauh.

#### **2. Strategi Inovasi Produk dan Pelayanan**

Strategi inovasi produk dan pelayanan merupakan hal yang penting dalam kegiatan usaha yang membedakan produk dan pelayanan dengan pesaing. Masing-masing pedagang pasti memiliki inovasi produk dan pelayanan masing-masing untuk menarik minat dan perhatian konsumen. Pedagang kaki lima (PKL) lapangan kantin Wirabraja dalam inovasi produk menggunakan cara menyediakan varian apa yang diminati oleh konsumen pada saat ini, selain itu pedagang juga berusaha mempertahankan produk lama yang telah dikenal oleh konsumen dengan cara mempertahankan ciri khas dagangan. Pelayanan yang dilakukan tentu mengutamakan kenyamanan konsumen dan sopan santun serta kebersihan tempat.

#### **3. Strategi Promosi**

Strategi promosi merupakan upaya komunikasi yang dilakukan oleh pedagang dan pengusaha dengan konsumen dengan tujuan agar produk dapat dikenali oleh konsumen. Komunikasi dapat dilakukan dengan beberapa cara, diantaranya; komunikasi langsung maupun tidak langsung, media sosial, serta membangun hubungan masyarakat dengan

konsumen. Pedagang kaki lima (PKL) lapangan kantin Wirabraja di Bukittinggi menggunakan strategi promosi dari mulut ke mulut, pengenalan merek melalui spanduk, media sosial seperti tiktok, instgram, Whatsapp. Pedagang juga menggunakan strategi berdasarkan pengalaman konsumen bertujuan untuk menggali informasi terkait kekurangan dan kelebihan sebagai upaya perbaikan usaha kedepannya.

#### **4. Strategi Tempat**

Strategi tempat merupakan strategi yang menentukan sukses atau tidaknya sebuah produk, karena produk yang sukses tergantung distribusi yang lancar, dimana distribusi dalam hal ini adalah melakukan kombinasi dan menyampaikan produk kepada para pelanggan sebagai pengguna akhir. Penggunaan strategi tempat para pedagang kaki lima (PKL) lapangan kantin Wirabraja di Bukittinggi dinilai sudah naik, karena lokasi lapangan kantin yang berada ditengah-tengah kota sehingga dapat memberikan pengaruh terhadap pendapatan pedagang.

Strategi-strategi diatas, digunakan para pedagang kaki lima (PKL) lapangan kantin Wirabraja di Bukittinggi sebagai upaya meningkatkan pendapatan dari kegiatan usaha yang dilakukan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari dan rumah tangga. Dalam menghadapi persaingan antar sesama pedagang yang ada dilapangan kantin Wirabraja, Bukittinggi. Para pedagang lebih memilih bersaing secara sehat dengan mempertahankan dagangan masing-masing, mempertahankan kualitas produk, pelayanan, dan ciri khas dagangan masing-masing supaya mudah dikenali konsumen.

#### **Kendala atau Hambatan Pedagang Kaki Lima (PKL) Lapangan Kantin Wirabraja di Bukittinggi**

Pada dasarnya kendala atau hambatan para pedagang kaki lima (PKL) lapangan kantin Wirabraja di Bukittinggi, tidak terlalu dirasakan. Terkait izin usaha, pihak KODIM 0304/Agam sudah memberikan izin untuk memanfaatkan sebagian lapangan kantin dipergunakan sebagai tempat pedagang kaki lima (PKL) menjajalkan dagangan dan hal tersebut sudah berlaku sejak komandan KODIM yang lama-lama, tindakan tersebut dilakukan sebagai dasar membantu antar sesama. Pihak KODIM 0304/Agam memberikan izin berjualan kepada para pedagang kaki lima (PKL) asalkan mengikuti peraturan yang telah ditetapkan, seperti; tertib, selalu menjaga kebersihan, tidak diperbolehkan membangun fasilitas keperluan berdagang secara permanen, serta selalu menjaga kenyamanan masyarakat yang berkunjung.

Kendala yang dirasakan oleh para pedagang didapat dari faktor alam seperti keadaan cuaca yang tidak menentu, mengingat lapangan kantin merupakan area lapangan terbuka. Jika



cuaca sudah tidak mendukung, tentu pendapatan yang didapat para pedagang akan berkurang, disebabkan berkurangnya volume masyarakat yang berkunjung. Menyikapi kendala yang disebabkan oleh faktor alam, para pedagang mengakali supaya kegiatan usaha tetap berjalan dengan cara membawa sendiri perlengkapan berdagang, seperti; tenda bongkar pasang, meja, kursi, gerobak, dan lain sebagainya yang dapat membantu kelancaran usaha dilapangan kantin.

### **Analisi *Business Model Canvas* (BMC)**

*Business Model Canvas* (BMC) membantu mengidentifikasi target pasar dan anggaran yang dibutuhkan. Selain fokus untuk menghasilkan keuntungan dari bisnis yang dijalankan dan membedakan bisnis yang dijalankan dengan kompetitor, para pelaku bisnis juga dapat membuat kanvas model bisnis terkait proses produksi dan jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan. *Business Model Canvas* (BMC) merupakan model bisnis yang dikembangkan oleh (Osterwalder dan Pigneur., 2010) dalam buku *Business Model Generation*. *Business Model Canvas* (BMC) disajikan dalam bentuk kanvas yang terdiri dari sembilan blok yang saling berhubungan, dimana sembilan blok tersebut mencakup empat bidang bisnis utama: pelanggan, layanan, infrastruktur, dan fungsi keuangan.

Berdasarkan informasi yang didapat melalui proses wawancara dan observasi langsung yang peneliti lakukan ke lapangan, maka diperoleh strategi peningkatan pendapatan yang dilakukan oleh para pedagang kaki lima (PKL) menghadapi persaingan usaha dalam bentuk Analisis *Business Model Canvas* (BMC) dilihat dari 2 (dua) elemen yaitu *Customers Segments* dan *Customer Relationships*, sebagai berikut:

#### **a. Analisis *Customers Segments***

Segmentasi pelanggan merupakan komponen penting dalam usaha untuk mengelompokkan pelanggan kedalam segmen yang berbeda seperti kebutuhan umum dan perilaku. Pada akhirnya pengelompokkan dalam segmentasi mengacu pada karakteristik pelanggan dengan kategori tertentu. *Customers segments* dapat dilihat dari:

##### **a) Segmen Geografis**

Segmentasi geografis adalah mengelompokkan konsumen berdasarkan unit-unit tertentu seperti negara, wilayah, kota, provinsi, dan lingkungan rumah tangga (Nanang Khoirul A, Herlina., 2017). Berdasarkan hasil wawancara, pedagang kaki lima (PKL) lapangan kantin Wirabraja di Bukittinggi menggunakan segmen geografis bertujuan untuk menciptakan inovasi yang sesuai dengan kondisi wilayah tempat para pedagang kaki lima (PKL) berjualan, karena lapangan kantin yang berada pada posisi strategis di tengah-tengah kota Bukittinggi yang mana

Bukittinggi juga dikenal sebagai kota wisata, sehingga pedagang kaki lima (PKL) tidak hanya masyarakat Bukittinggi, tapi juga dari luar Kota/wilayah Bukittinggi.

b) Segmentasi Demografis

Selain pembagian geografis, pedagang kaki lima (PKL) juga memanfaatkan pembagian segmen demografis. Segmen demografis adalah upaya pengelompokan pelanggan berdasarkan unit variabel seperti usia, orientasi, umur, gaji, pekerjaan, pelatihan, agama, ras dan identitas. Berdasarkan hasil wawancara, bahwa pedagang kaki lima (PKL) memilih segmentasi demografis karena pedagang memperoleh pelanggan dari berbagai lapisan masyarakat yang dilihat berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan. Dapat disimpulkan, bahwa benar adanya penggunaan segmentasi demografis oleh para pedagang kaki lima (PKL) yang bertujuan untuk menentukan siapa saja target pelanggan yang sesuai dengan dagangan masing-masing.

c) Segmen Perilaku

Berdasarkan segmen perilaku para pedagang menggunakannya sebagai cara untuk melihat seperti apa konsumen memutuskan membeli sebuah produk dagangan yang ditawarkan kepada mereka. Sehingga para pedagang lebih bisa mengenal konsumen yang akan membeli produk dagangan para pedagang kaki lima (PKL) lapangan kantin Wirabraja di Bukittinggi.

**b. Customer Relationships**

*Customer Relationships* atau hubungan pelanggan adalah usaha yang dibangun antara perusahaan/pengusaha dengan klien (pelanggan), yang bertujuan untuk mendapat pelanggan baru maupun mempertahankan pelanggan lama, maupun sebagai upaya memperkenalkan jasa atau produk lama dan baru pada pelanggan. Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan dengan pedagang kaki lima (PKL) lapangan kantin Wirabraja di Bukittinggi bahwa para pedagang telah melakukan hubungan baik dengan konsumen.

Berdasarkan hasil data wawancara yang peneliti peroleh dari para pedagang kaki lima (PKL) lapangan kantin Wirabraja di Bukittinggi. Pedagang kaki lima (PKL) selalu menjaga hubungan baik dengan konsumen dari segi komunikasi maupun pelayanan. Komunikasi dilakukan baik secara langsung maupun tidak langsung. Pelayanan yang dilakukan para pedagang kaki lima (PKL) selalu memprioritaskan keramah tamahan kepada konsumen. Walaupun telah melakukan hubungan baik dengan konsumen, para pedagang harus terus melakukan evaluasi pengembangan

terkait hubungan dengan konsumen, terutama konsumen baru yang berkunjung ke lapangan kantin Wirabraja di Bukittinggi.

**Gambar.1** Analisis *Business Model Canvas* (BMC) Pedagang Kaki Lima (PKL)

<b>Key Partnership</b> 1. Konsumen 2. Pedagang pasar sesuai dengan jenis dagangan 3. Pemasok bahan dari luar daerah.	<b>Key Activities</b> 1. Pembelian bahan baku 2. Memasarkan produk secara langsung kepada konsumen.	<b>Value Propositions</b> 1. Kualita bahan makanan dan minuman. 2. Pelayanan 3. Harga yang terjangkau 4. Kenyamanan tempat. 5. Keamanan dan pengawasan bagi wahana hiburan anak-anak.	<b>Customer Relationships</b> 1. Menjaga komunikasi konsumen 2. Pelayanan, dengan prioritas keramah tamahan kepada konsumen.	<b>Customers Segments</b> 1. Umum, semua kalangan masyarakat Bukittinggi. 2. Khusus, pendatang atau wisatawan dan mahasiswa, pelajar, dan tamu acara pergelaran (jika ada)
	<b>Key Resources</b> 1. Bahan Berkualitas 2. Menyediakan perlengkapan dagang sendiri. 3. Alat pengolahan produk sendiri.		<b>Channels</b> 1. Penjualan langsung 2. Media sosial seperti : WhatsApp, Instagram, Telpon.	
<b>Cost Structure</b>			<b>Revenue Streams</b>	

Strategi peningkatan pendapatan yang dilakukan oleh para pedagang kaki lima (PKL) lapangan kantin Wirabraja di Bukittinggi, menggunakan segmentasi pelanggan yang masih sama dengan modelnya hanya saja ditambah dengan segmentasi pasar yang lebih luas. Segmentasi pasar yang lebih luas dapat dilihat dari target konsumen para pedagang kaki lima (PKL) tidak hanya masyarakat Bukittinggi tapi juga berasal dari luar Bukittinggi. Selain segmentasi pasar, para pedagang kaki lima (PKL) lapangan kantin Wirabraja di Bukittinggi juga membangun hubungan baik dengan konsumen dengan cara menjaga sopan santun dan keramah tamahan untuk mempertahankan loyalita konsumen.

Nilai yang dihadirkan oleh para pedagang kaki lima (PKL) di lapangan kantin wirabraja Bukittinggi adalah dengan menambah tingkat kenyamanan dalam berbelanja bagi konsumennya, serta meningkatkan keamanan dan pengawasan bagi para pengunjung mengingat area lapangan kantin wirabraja merupakan kawasan terbuka.

Selain itu, Pedagang Kaki Lima (PKL) juga menawarkan harga produk yang terjangkau bagi seluruh lapisan masyarakat dengan tujuan agar para konsumen kembali berbelanja.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, terlihat bahwa strategi peningkatan pendapatan yang diterapkan oleh pedagang kaki lima (PKL) lapangan kantin Wirabraja di Bukittinggi dapat dilihat dari penggunaan beberapa strategi, diantaranya; strategi harga (*price strategy*), strategi inovasi produk dan pelayanan (*product and servive strategy*), strategi promosi (*promotions strategy*), dan strategi tempat. Melalui *Business Model Canvas* (BMC) strategi peningkatan pendapatan pedagang kaki lima (PKL) lapangan kantin Wirabraja di Bukittinggi dapat dilihat dari dua elemen dari sembilan elemen Business Model Canvas, yaitu *Customer segment* dan *customer relationship*. Elemen *Customer segment* diperhatikan dengan mengelompokan pelanggan dengan cara segmentasi geografis, segmentasi demografis, dan segmentasi perilaku. *customer relationship* dilakukan dengan menjaga hubungan baik dengan konsumen, melalui komunikasi maupun pelayanan dan selalu melakukan evaluasi pengembangan terkait hubungan dengan konsumen, terutama pelanggan yang berasal dari luar kota/wilayah Bukittinggi.

Kendala atau hambatan terbesar para pedagang kaki lima (PKL) lapangan kantin Wirabraja di Bukittinggi adalah faktor alam yaitu cuaca yang tidak menentu, terlebih mengingat lapangan kantin merupakan area lapangan terbuka. Menyikapi hambatan atau kendala tersebut, para pedagang membawa sendiri keperluan perdagangan mengingat tidak ada fasilitas berdagang yang disediakan di lapangan kantin Wirabraja, Bukittinggi.

Bagi Para Pedagang Kaki Lima (PKL) hendaknya terus meningkatkan strateginya dalam menghadapi persaingan untuk mendapatkan penghasilan. Bagi KODIM 0304/Agam diharapkan selalu memberikan izin kepada pedagang kaki lima (PKL) untuk berjualan dan mengatur lokasi pedagang kaki lima (PKL) untuk menjaga kenyamanan pengunjung dan lingkungan sekitar. Bagi penelitian selanjutnya, kita dapat melakukan penelitian lebih lanjut mengenai strategi peningkatan pendapatan dengan objek atau sudut pandang yang berbeda

## DAFTAR REFERENSI

- A., Khoirul, & Herlina, N. (2017). Analisis segmentasi terhadap keputusan pembelian produk Eiger di Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Magister*, 3(1).
- Abdussamad, Z. (2021). *Metode penelitian kualitatif*. CV Syakir Media Press.
- Amalia, W. (2020). Perilaku pedagang pasar tradisional dalam meningkatkan pendapatan di Desa Anyar Kecamatan Bayan Kabupaten Lombok Utara (Skripsi, Universitas Negeri Mataram).
- Bagis, F., et al. (2020). Ibm strategi peningkatan pendapatan masyarakat melalui program diversifikasi produk dan digital marketing pada anggota Aisyiyah Tanting Bojanegara Kecamatan Sigaluh Kabupaten Banjarnegara. *Jurnal Budimas*, 2(1).
- Darmawan, K., et al. (2022). Strategi peningkatan pendapatan pedagang kaki lima di masa pandemi COVID-19. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(9).
- Herman, S. A. (2016). *Metode penelitian bisnis pendekatan kuantitatif dan kualitatif*.
- Hidayat, N., et al. (2023). Strategi bisnis usaha mikro menggunakan business model canvas. *Media Riset Bisnis Ekonomi Sains dan Terapan*, Universitas Muhammadiyah Jakarta, 1(1).
- Hofifah, S. (2020). Analisis persaingan usaha pedagang musiman di Ngebel Ponorogo ditinjau dari perspektif etika bisnis Islam. *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 3(2).
- Khoiriyah, M., et al. Strategi pengembangan usaha mikro melalui metode business model canvas pada pengrajin ban bekas di Tulungagung. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 6(2).
- Majid, S., et al. (2019). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan petani rumput laut di Desa Nain Kecamatan Wori Kabupaten Minahasa Utara. *Jurnal EMBA*, 7(3).
- Massape, B. N. A. (2017). *Modul pelatihan business model canvas bagi mahasiswa program wirausaha. Unit Pengembangan Kewirausahaan dan Bisnis Universitas Hasanuddin dan Inkubator Bisnis UNHAS*.
- Maulana, A. (2023). Analisis strategi peningkatan pendapatan usaha mikro kecil menengah pada masa pandemi COVID-19 dalam perspektif hukum Islam. *Jurnal Penelitian Multidisiplin Ilmu*, 1(6).
- Mongkito, W. A. (2021). Strategi peningkatan pendapatan usaha mikro pada masa pandemi COVID-19 ditinjau dari perspektif etika bisnis Islam (Studi: EKS MTQ Kota Kendiri). *IAIN Kendiri Jurnal Robust-Research Business and Economics Studies*, 1(2).
- Murni, et al. (2020). Analisis strategi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada toko kerajinan tangan Radja Banjar Martapura. *Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari*.
- Nanda, I. (2019). Pengaruh biaya produksi terhadap perolehan laba (Studi kasus: Pedagang kaki lima Lapangan Kantin Bukittinggi) (Skripsi, IAIN Bukittinggi).

- Puspitaningrum, Y., & Damanuri, A. (2022). Analisis lokasi usaha dalam meningkatkan keberhasilan bisnis pada grosir Berkah Doho Dolopo Madiun. *Jurnal of Economics and Business Research*, 2(2).
- Rahayu, E. I. (2020). Strategi bisnis dalam meningkatkan pendapatan pedagang kaki lima di Alun-Alun Ponorogo (Skripsi, IAIN Ponorogo).
- Saputra, B. R. (2014). Profil pedagang kaki lima (PKL) yang berjualan di badan jalan (Studi di Jalan Teratai dan Jalan Seroja Kecamatan Senapelan). *Jurnal Jom Fisip*, 1(2).
- Suddana, A. (2019). Perubahan perilaku pedagang pasca revitalisasi Blok III Pasar Raya Padang (Skripsi, Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Andalas Padang).
- Sularsih, H., & Nasir, A. (2021). Strategi UMKM dalam meningkatkan pendapatan di masa pandemi COVID-19 guna mempertahankan kelangsungan usaha di era revolusi industri 4.0 (Studi pada UMKM makanan dan minuman di Kabupaten Pasuruan). *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 16(4).
- Yuliani, N., et al. (2020). Analisis penerapan strategi business model canvas (BMC) pada komunitas kuliner STII-OK OCE untuk tumbuh dan bangkit lebih kuat di era digitalisasi. *Jurnal IKRAITH-Ekonomi*, 5(3).