



MOTIVASI SEMANGAT PEDAGANG KAKI LIMA: BUNGKUS ATAS DILEMA TANTANGAN PADA REALITAS DIRI

Akmal Fikri Setiaji¹, Rolika Firinanda², Shelaisha Ayu Citra Lestari³

Universitas Jember, Jawa Timur, Indonesia

akmal.setiaji2002@gmail.com¹, firinandar@gmail.com², shelaishaayu@gmail.com³

Received: 16-04-2023

Accepted: 28-04-2023

Published: 04-05-2023

Abstract

Meeting the necessities of life is often the main concern for each individual. Society creates a process by running the cycle of economic activity in everyday life. Individuals who are part of society contribute to carrying out these economic activities. In daily life, people's activities cannot be separated from economic activities in the form of buying and selling transactions between sellers and buyers. This is offset by the rapid development of technology, making it easier for people to express creative and innovative ideas. Basically the main fulfillment needed by the community in supporting life is basic needs such as clothing, food and shelter. To meet these basic needs, of course, people are required to be productive through work activities. Street vendors are one of the occupations that are quite in demand by the community. Street vendors are generally found along city streets but now they are also found in rural areas. With the motivation of the spirit possessed by street vendors, it becomes a shield for him against the complex demands of life. The reality of life has become a driving force for him to carry out economic activities by selling along the street against uncertain weather conditions. Often street vendors show friendliness and familiarity with buyers and build simple conversational communication. On the other hand, this is one of the linguistic capitals of street vendors to attract buyers

Keywords: *street vendors, spirit of motivation, challenges of self reality*

Abstrak

Pemenuhan kebutuhan hidup seringkali menjadi perhatian utama bagi setiap individu. Masyarakat menciptakan sebuah proses dengan menjalankan siklus kegiatan ekonomi dalam kehidupan sehari-hari. Individu menjadi bagian dari masyarakat turut andil berkontribusi menjalankan kegiatan perekonomian tersebut. Dalam keseharian aktivitas masyarakat tidak lepas dari kegiatan ekonomi berupa transaksi jual beli antara penjual dan pembeli. Hal ini diimbangi dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat sehingga memudahkan masyarakat dalam menuangkan ide kreativitas dan inovasi. Pada dasarnya pemenuhan utama yang diperlukan masyarakat dalam menunjang kehidupan yaitu kebutuhan pokok seperti sandang, pangan, dan papan. Dalam upaya untuk memenuhi kebutuhan pokok tersebut tentunya masyarakat dituntut produktif melalui kegiatan bekerja. Pedagang kaki lima menjadi salah satu pekerjaan yang cukup banyak diminati oleh masyarakat. Pedagang kaki lima pada umumnya banyak ditemui di sepanjang jalan kota namun sekarang juga banyak ditemui di pedesaan. Dengan motivasi semangat yang dimiliki oleh pedagang kaki lima menjadi tameng baginya terhadap tuntutan hidup yang kompleks. Realita kehidupan yang telah menjadi pendorong baginya melakukan aktivitas ekonomi dengan berjualan di sepanjang jalan melawan kondisi cuaca yang tidak menentu. Seringkali pedagang kaki lima menampakkan keramahan dan keakraban dengan pembeli serta membangun komunikasi bahasan sederhana. Disisi lain hal tersebut menjadi salah satu modal linguistik dari pedagang kaki lima untuk menarik minat pembeli.

Kata Kunci: pedagang kaki lima, semangat motivasi, tantangan realitas diri

Corresponding Author: Akmal Fikri Setiaji

E-mail: akmal.setiaji2002@gmail.com



PENDAHULUAN

Manusia sebagai makhluk sosial identik hidup bersama dengan sesamanya. Bahu membahu menopang realita kehidupan yang tidak dapat dilakukan dengan berdiri sendiri secara tunggal. Tercipta secara beragam untuk saling melengkapi satu sama lain. Manusia dituntut melakukan penyesuaian diri untuk ketahanan hidup. Kenyataannya sejak menjadi anak kecil kebutuhan diri kebanyakan ditanggung oleh orang tua. Tetapi saat beranjak dewasa individu dituntut mandiri menyelaraskan antara kebutuhan yang semakin kompleks dalam dirinya dengan kemampuan hasil kerja. Terdapat beragam jenis pekerjaan yang digeluti masyarakat Indonesia, salah satunya menjadi pedagang. Hadirnya pedagang sebagai penggerak perekonomian yang menciptakan lapangan pekerjaan bagi diri sendiri atau membuka lapangan pekerjaan bagi orang lain. Mayoritas masyarakat Indonesia berdagang tidak hanya dalam ranah lokal namun bersaing secara nasional maupun internasional.

Terkait pedagang di Indonesia, tidak semuanya mempunyai lapak atau toko yang menetap sebagai tempat transaksi jual beli. Berdagang menjadi alternatif pekerjaan lainnya yang tidak hanya mengandalkan sektor formal. Masyarakat Indonesia mampu mendirikan lapangan pekerjaan sendiri menuangkan ide kreatif meskipun dengan modal kecil dalam berdagang. Para pedagang menggeluti pekerjaan mereka dalam rangka pemenuhan secara ekonomi yang menjadi motivasi semangat. Kegiatan berdagang seringkali dipusatkan pada lokasi strategis berdaya saing pembeli. Biasanya para pedagang kaki lima kebanyakan ditemui disepanjang jalan perkotaan, tetapi dewasa ini para pedagang kaki lima juga dijumpai di pedesaan. Mereka melakukan inovasi produk diimbangi perkembangan teknologi. Penggunaan media sosial menjadi media berkreasi menyesuaikan atau bahkan menciptakan produk sesuai permintaan pasar. Melalui media sosial para pedagang kaki lima sekarang dapat mengenalkan produk olahannya dengan mudah ke masyarakat. Bahkan masyarakat tidak perlu datang membeli langsung dan dapat memesan secara online.

Pedagang kaki lima berjualan di sepanjang jalan raya menjadi rutinitas guna menyambung hidupnya. Mereka menggunakan gerobak dorong sebagai lapak andalan multifungsi dalam proses jual beli. Gerobak tersebut dapat digunakan mulai dari proses pengolahan bahan, menaruh piring bersih setelah dicuci, menyimpan lauk yang akan dijual, dan terdapat kotak penyimpanan uang dari hasil penjualan. Biasanya mereka menetap jualan di jalan raya dari pagi hingga malam hari setelahnya mereka mengemasi dagangan dan meletakkan gerobak atau membawa pulang gerobak dagangannya ke rumah. Sesama pedagang kaki lima akan menunjukkan sisi keunggulan dan kualitas produk olahannya. Mereka mendapatkan tuntutan atas kenyataan pemenuhan kebutuhan hidup terutama kebutuhan pokok. Mau tidak mau individu sekaligus masyarakat prioritas utamanya mempertahankan maksud atau target pencapaian ekonomi keluarga.

Kebanyakan pembeli senang terhadap penjual dengan layanan cepat dan ramah. Penjual mengakrabkan dirinya dengan pembeli meskipun tidak saling mengenal satu sama lain. Selain dari segi rasa olahan produk makanan maupun minuman maka komunikasi juga penting menjadi modal daya tarik untuk menarik minat pembeli. Orang sering berlangganan saat membeli makanan maupun minuman sesuai selera ditambah penjual yang akrab dengannya. Biasanya para pedagang kaki lima mendekatkan diri dengan pembeli diawali dengan candaan dan tanya jawab terkait tempat tinggalnya bahkan sekedar ingin mengetahui aktivitas sebelumnya yang dilakukan pembeli. Mayoritas pembeli suka saat pedagang bersikap akrab dengannya meskipun keakraban dibangun dari komunikasi bahasan sederhana.

Di sisi lain keakraban yang diperlihatkan oleh pedagang kaki lima belum tentu sesuai dengan situasi dan kondisi yang dialaminya. Seringkali kita melihat para pedagang kaki lima dari segi makanan dan minuman yang dijualnya sekaligus dari efektivitas pelayanannya kepada pembeli, tetapi saat produk olahannya tidak laku keras atau belum terjual sama sekali terdapat penekanan yang dialami secara batin. Para pedagang kaki lima berjualan dari pagi hingga malam kebanyakan berada di tempat ramai kendaraan dan tidak lepas dari asap polusi yang dihasilkan lalu lalang kendaraan. Terkait hal tersebut pedagang kaki lima dengan semangat motivasinya menjadi pendobrak rela menghadapi tuntutan atas kondisi panas, hujan, bisingnya kendaraan disertai polusi atas dasar kebutuhan ekonomi keluarga.

Pedagang kaki lima berada di sepanjang Jalan Kalimantan tepatnya Kabupaten Jember menjual beraneka macam makanan dan minuman. Kebanyakan makanan yang dijual seperti makanan pokok, jajanan basah, dan berbagai jenis gorengan. Sedangkan minuman yang dijual lebih dominan pada minuman manis dan dingin. Harga makanan dan minuman kaki lima tersebut tergolong murah sehingga terjangkau bagi masyarakat yang ingin membelinya. Para pedagang kaki lima yang berada di Jalan Kalimantan sebagian besar masyarakat asli Jember. Namun ada juga para pendatang dari luar wilayah Jember yang siap mengadu nasibnya dengan keahlian berdagangnya. Jalan Kalimantan menjadi lokasi strategis bagi para pedagang kaki lima dalam melakukan transaksi jual beli. Hal ini diperkuat dengan kedekatan lokasinya di sepanjang jalan arah memasuki Universitas Jember sehingga jadi salah satu alasan bagi para pedagang kaki lima berjualan menetap di Jalan Kalimantan.

Keberadaan pedagang kaki lima memudahkan mahasiswa mencari makanan dan minuman dengan harga yang murah. Mahasiswa tidak kesulitan untuk mencari makanan dan minuman karena letaknya yang dekat dengan kost, serta dapat ditempuh dengan berjalan kaki. Tidak hanya mahasiswa saja yang terbantu dengan keberadaan pedagang kaki lima di sepanjang Jalan Kalimantan tapi juga masyarakat sekitar. Begitu pula pedagang kaki lima yang bergantung pada masyarakat sekitar untuk membeli produksi olahannya. Sebagai pedagang kaki lima juga memikirkan bahwa salah satu pembeli terbesarnya kebanyakan dari mahasiswa. Bagi para pedagang kaki lima tidak semua mahasiswa yang menjadi pelanggannya berasal dari keluarga mampu secara ekonomi jadi mereka memberikan harga murah tapi diimbangi dengan kualitas pada produk olahannya. Kemudian sisi lain dari pedagang kaki lima yang memperbolehkan masyarakat membeli lauk saja tidak harus lengkap bersama dengan nasi. Hal ini menambah selera positif masyarakat sekitar yang akhirnya berlangganan pada pedagang kaki lima karena adanya kenyamanan pada layanan yang diberikan kepada pembeli.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan etnografi. Penelitian kualitatif berarti suatu aktivitas berlokasi yang menempatkan penelitiannya di lapangan. Penelitian kualitatif juga dirasa tepat jika gunakan untuk mengeksplorasi suatu isu. Selain itu, ada kalanya eksplorasi ini dilakukan karena adanya kebutuhan untuk mempelajari suatu kelompok atau populasi tertentu. Sedangkan etnografi sendiri merupakan salah satu studi yang berusaha untuk meneliti suatu kelompok kebudayaan tertentu berdasarkan terutama pada pengamatan dan kehadiran peneliti di lapangan dalam waktu yang lama. Menurut Harris dalam buku Creswell, etnografi merupakan suatu desain kualitatif yang penelitiannya mendeskripsikan dan menafsirkan pola yang sama baik itu dari nilai, perilaku, keyakinan, dan bahasa dari suatu kelompok berkebudayaan sama.

Dalam penelitian ini, peneliti berupaya untuk mencari tau realitas dibalik Pedagang Kaki Lima yang berjualan di pinggir jalan sepanjang Jalan Kalimantan Kabupaten Jember. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan cara mengamati para pedagang atau subjek penelitian ketika berada di lapangan dan mengerjakan kegiatan operasionalnya. Sementara itu, wawancara dilakukan dengan mengajukan pertanyaan yang dibuat sesuai dengan tujuan dilaksanakannya penelitian ini. Tentunya dalam hal ini peneliti akan melakukan penggalan data kepada beberapa orang yang dijadikan informan. Teknik penentuan informan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara random sampling. Random sampling merupakan teknik pengambilan data dari sebuah populasi dengan memilih secara acak informan dalam penelitian yang dilakukan. Random sampling digunakan oleh peneliti untuk memudahkan dalam proses penelitian sesuai kondisi di lapangan. Dimana informan dalam penelitian ini yakni sejumlah lima orang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemilihan Lokasi Berdagang yang Tepat

Pada suatu kegiatan usaha, terdapat beberapa pertimbangan yang harus dipikirkan oleh pelaku usaha. Dalam hal ini, selain mengutamakan kualitas produk saat proses produksi, para pelaku usaha perlu memperhatikan aspek penting lainnya, yakni lokasi. Pemilihan lokasi ini merupakan komponen yang terbilang cukup penting dalam kegiatan usaha karena produk yang akan dijual harus sesuai dengan kebutuhan konsumen atau target pasar. Pada saat memilih serta menentukan lokasi tertentu oleh para pelaku usaha yang telah menaruh harapan agar produknya dapat menarik perhatian konsumen dan tujuan utamanya dapat tercapai yakni meraih keuntungan. Saat memilih serta menentukan lokasi berjualan yang tepat, umumnya pedagang memilih lokasi yang letaknya berdekatan dengan pelanggan atau target pasar mereka, sehingga mereka dapat memberikan pelayanan yang baik terhadap pelanggan agar tercipta hubungan yang baik antara pedagang dan pelanggannya. Para pelaku usaha utamanya pedagang umumnya sangat berhati-hati dalam memilih lokasi usaha, hal ini karena akan memberikan efek bumerang pada usaha mereka. Apabila lokasi yang dipilih tidak tepat, maka usaha yang ditekuni akan terhambat sehingga kinerja yang dihasilkan serta keuntungan yang diperoleh dari berdagang juga tidak maksimal. Pada kasus tertentu, pemilihan lokasi yang tidak tepat mengakibatkan target pasar yang diinginkan tidak tercapai. Lokasi usaha yang dipilih terkadang tidak hanya pada satu tempat saja. Setiap pedagang memiliki pendiriannya masing-masing, ada pedagang yang beranggapan bahwa berjualan cukup di satu tempat saja agar mudah diingat pelanggan. Namun, terdapat juga pedagang yang berpindah-pindah dan tidak menetap pada satu tempat saja. Pedagang tersebut sering melakukan perpindahan lokasi berdagang karena ingin mendapatkan pelanggan sebanyak-banyaknya, dan terdapat alasan lain seperti lokasi yang sebenarnya area dilarang berjualan.

Berdasarkan pengamatan peneliti di lapangan, lokasi atau tempat yang banyak diminati oleh para Pedagang Kaki Lima adalah daerah di sekitar lingkungan Universitas Jember. Di sepanjang jalan menuju kampus dapat dilihat para pedagang yang membuka lapaknya serta menjual beraneka ragam dagangan. Pedagang Kaki Lima yang berdagang di sekitar Jalan Kalimantan biasanya menjual makanan baik yang bentuknya mentahan atau siap saji. Sebagaimana yang diketahui, umumnya para Pedagang Kaki Lima memiliki alasan mengapa memilih untuk berdagang di sekitar area kampus. Sebagian besar dari mereka menaruh harapan yang besar agar dagangannya cepat terjual habis dan memiliki alasan untuk berdagang di area kampus karena melihat adanya potensi serta peluang dari banyaknya orang yang melakukan kegiatan di sekitar kampus. Dalam hal ini sebut saja kalangan mahasiswa. Selain Kampus,

beberapa tempat lainnya juga terletak di sekitar jalan Kalimantan seperti adanya Kantor DPRD Jember. Tidak hanya itu, banyak perkantoran yang letaknya berada di sepanjang sisi jalan raya menuju arah kampus sehingga lalu lintas selalu ramai pengendara motor dan mobil, ramai pula pejalan kaki yang melintasi jalanan tersebut.

Banyaknya tempat-tempat seperti perkantoran, sekolah, dan universitas dirasa strategis oleh para pedagang, sehingga kegiatan yang berada di sekitar pedagang menjadi sebuah berkah bagi mereka. Tak jarang para Pedagang Kaki Lima harus berebut tempat dengan pedagang lainnya demi bisa mendapatkan tempat yang nyaman dan strategis. Namun, umumnya para pedagang yang berjualan di sepanjang Jalan Kalimantan telah memiliki waktu operasionalnya masing-masing, sehingga mereka secara bergantian menempati tempat tersebut. Pada pagi hari sampai siang menjelang sore hari, tepatnya mulai pukul 9 pagi hingga 4 sore, umumnya digunakan oleh pedagang makanan ringan seperti kue, minuman, dan sejenisnya. Lalu pada sore hingga malam hari, Jalan Kalimantan dipenuhi oleh pedagang makanan berat seperti nasi, mie, atau yang lainnya. Pedagang Kaki Lima yang berada di lingkungan kampus biasanya lebih banyak berdagang dengan menggunakan gerobak dan memberikan alas tikar atau kursi sebagai tempat duduk bagi pembelinya. Sejauh ini, sebagian besar Pedagang Kaki Lima yang berdagang tidak terlalu menutup akses jalan bagi pejalan kaki, sehingga para pejalan kaki masih bisa jalan di trotoar tanpa terganggu. Namun demikian juga masih ada sebagian lainnya yang menyebabkan pengguna trotoar terganggu.

Tantangan Bagi Pedagang Kaki Lima

Dalam suatu bisnis atau kegiatan usaha para pelaku bisnis seperti pedagang tentu akan merasakan adanya tantangan yang perlu dihadapi. Tantangan ini dapat dihadapi dengan baik apabila pelaku usaha atau pedagang sudah memiliki kesiapan yang matang berkaitan dengan strategi dan cara menghadapi tantangan yang ada. Dalam dunia berdagang, mereka sudah biasa dihadapkan dengan tantangan yang ada. Namun, bagi mereka yang membuka usaha tetapi tidak dengan persiapan yang benar akan merasa kesulitan menghadapi tantangan ini sehingga yang terjadi adalah pedagang akan merugi. Dari hasil wawancara dengan Pedagang Kaki Lima di Jalan Kalimantan, terdapat permasalahan yang dirasakan oleh mereka selama berdagang dari waktu ke waktu sehingga menyebabkan terjadinya berbagai hambatan dalam berdagang. Tentu saja selama berdagang tidak hanya pengalaman baik saja yang dirasakan oleh pedagang, kadang kala mereka juga merasakan pahit asamnya kehidupan saat berdagang. Dari penjelasan sebelumnya berkaitan dengan strategi pemilihan lokasi yang tepat untuk berdagang perlu diketahui pula beberapa permasalahan yang dirasakan serta dihadapi oleh pedagang kaki lima seperti:

1. Cuaca yang tidak menentu.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan cuaca memegang peranan penting dalam proses jual beli antara pedagang dan pembeli. Para pedagang berangkat menuju lokasi berdagang berharap agar cuaca baik atau mendukung, sehingga barang dagangan yang mereka bawa dapat terjual habis. Pada suatu realita dimana cuaca cukup panas, ini justru menjadi berkah tersendiri bagi para pedagang minuman dingin atau es. Cuaca panas membuat banyak pembeli yang datang tentunya untuk membeli minuman yang atau es yang menyegarkan. Mengingat memang kondisi cuaca yang seperti itu sangat cocok apabila dipadukan dengan minuman segar. Namun, berbeda halnya apabila kala itu cuaca hujan dan dingin menyebabkan jarang pembeli yang datang untuk membeli minuman atau es tersebut. Cuaca buruk yang tak menentu ini membuat pedagang harus menyiapkan segala perlengkapan seperti tenda atau yang lainnya untuk menjaga agar pembeli tetap nyaman di segala situasi dan cuaca. Apabila

kondisi cuaca tidak baik maka yang terjadi adalah pedagang tidak bisa memenuhi target penjualan harian. Berdasarkan data yang peneliti dapatkan dari pedagang es tebu yang mengatakan bahwa cuaca memang mempengaruhi pendapatan harian yang mereka peroleh.

2. Persaingan antar pedagang.

Adanya persaingan antar pedagang tidak mungkin luput dari kehidupan manusia perkotaan saat ini. Persaingan yang terjadi bukanlah hal baru di lingkup sesama pedagang. Persaingan antar pedagang terjadi ketika terlalu berdekatnya lokasi antara pedagang satu dengan yang lainnya. Selain itu, jenis dagangan mereka juga serupa. Seperti halnya saat ini, peran media sosial yang berdampak bagi suatu usaha.

Media sosial merupakan suatu wadah yang dapat memberi efek positif dan negatif bagi pedagang. Maksud dari dampak positif media sosial bagi pedagang adalah cepatnya penyebaran informasi kepada pengguna media sosial. Para pengguna media sosial ini biasanya akan tertarik untuk mencoba sesuatu yang viral. Dari viralnya itulah para pedagang dapat merasakan keuntungan yang besar. Kemudian efek negatif dari informasi yang menyebar di media sosial adalah banyak bermunculan produk yang sama. Meskipun menggunakan ide usaha yang sama. Namun, saat ini banyak pedagang yang melakukan inovasi sehingga hal tersebut membuat persaingan antar pedagang semakin nyata. Perbedaan harga yang cukup signifikan juga menjadi pertimbangan bagi pembeli. Bagi pembeli sendiri mereka tidak akan merasa rugi membeli barang yang dianggapnya baik meskipun dengan harga yang relatif mahal. Apabila pedagang tidak dapat berinovasi dengan produk-produknya, maka kemungkinan yang terjadi adalah usaha dagangannya akan kalah saing dengan pesaingnya. Untuk melakukan kompetisi dagang yang adil, maka para pedagang harus memiliki sikap inovatif sehingga selalu mengalami perkembangan dalam usahanya serta memberikan ciri khas pada produk yang dijual.

3. Dagangan yang tidak laku.

Tantangan yang dihadapi Pedagang Kaki Lima adalah ketika dagangan yang dibawa tidak laku atau masih tersisa. Ketika dagangan yang dibawanya tidak laku sampai habis tentu pedagang akan merasa kecewa karena tidak sesuai dengan targetnya pada hari itu. Biasanya para Pedagang Kaki Lima harus memutar otak agar barang dagangannya dapat terjual habis. Bagi pedagang yang bekerja dengan orang lain, hal ini merupakan “bencana” karena ia tidak dapat menyetorkan hasil penjualannya secara maksimal. Dapat dikatakan sebagai “bencana” karena biasanya pemilik barang dagangan melakukan pembayaran upah dengan cara menghitung setoran dagangan per hari itu. Tidak lakunya suatu barang dagangan ini sebenarnya disebabkan oleh banyak hal seperti lokasi berdagang yang kurang tepat, produk yang dijual belum diketahui oleh pembeli akibat kurangnya pengenalan produk oleh pedagang, dan salah target pasar. Selain itu berkaitan pula dengan system pelayanan yang diberikan pedagang pada pembeli. Membangun kenyamanan dan keamanan serta memberikan pelayanan yang terbaik saat berinteraksi dengan pembeli merupakan hal penting yang perlu diutamakan pedagang. Apabila kenyamanan dan keamanan pembeli terjamin maka akan tumbuh rasa percaya pembeli sehingga tidak ada rasa ragu untuk membeli barang dagangan.

Peran Pedagang Kaki Lima (Analisis Teori Dramaturgi)

Para pedagang kaki lima saat berdagang juga berada dalam kondisi atau situasi sosial yang tidak sama dengan keadaan sebenarnya pada dirinya. Tindakan yang ditampilkan oleh pedagang kaki lima berbeda dengan kenyataan aslinya. Penampilan yang kebanyakan diamati yaitu dari depan subjek tersebut saat melakukan aktivitas berdagang. Pedagang kaki lima sering

bersikap ramah dan akrab dengan pembeli. Meskipun para pedagang kaki lima tidak mengenali satu per satu bahkan hafal raut wajah pembelinya namun mereka akan berusaha membangun komunikasi bahasan sederhana. Bahkan pedagang kaki lima berusaha meyakinkan pembeli bahwa makanan dan minuman yang dijual dijamin rasanya enak sesuai dengan selera pembeli. Seringkali pedagang kaki lima mengatakan pada pembeli bahwa produk olahannya menggunakan bahan-bahan yang berkualitas sehingga berbeda dari produk lain. Hal ini menjadi pembicaraan yang sering didengar oleh masyarakat ketika berhadapan dengan pedagang. Pedagang berusaha melakukan interaksi dengan pembelinya yakni dengan mengirim sinyal pada pembeli dan pembeli dapat menerima sinyal tersebut. Interaksi yang dilakukan pedagang dalam hal ini ibarat berada pada sebuah panggung. Pada konsep dramaturgi ini bukan saja hanya pedagang yang melakukan suatu peran, para pembeli juga melakukan perannya.

Menurut Goffman penampilan dibagi menjadi dua yaitu panggung depan dan panggung belakang. Pada panggung depan individu berada dalam situasi secara umum sehingga penampilan didefinisikan oleh orang lain yang mengamati dirinya. Sedangkan pada panggung belakang seringkali tidak teramati justru menjadi realita yang sesungguhnya. Peran ini sebenarnya telah melekat pada diri individu sehingga peran tersebut akan menyesuaikan dengan tempat dimana ia berada. Sebagai seorang pedagang kaki lima yang kebanyakan diamati oleh masyarakat akan berusaha menampilkan keramahan kepada pembeli. Pedagang kaki lima akan menampilkan yang terbaik atas penampilan dirinya. Hal tersebut berguna untuk menunjang peran yang ia lakoni. Seperti halnya pedagang kaki lima yang peneliti temui, mereka tampak berusaha berpakaian yang rapi guna membangun citra yang baik atas dirinya atau dagangan yang dijual. Hal tersebut merupakan wujud dari *appearance* (penampilan) yang gunanya menunjukkan keadaan atau status sosial individu. Usaha pedagang kaki lima yang demikian tentu akan memberikan kesan yang baik bagi pembeli. Selain itu, para pedagang kaki lima memiliki ciri khasnya tersendiri untuk menarik minat masyarakat agar membeli dagangannya. Sebagai contoh mereka menyiapkan gerobak yang dimodifikasi atau dibuat khusus. Kemudian mereka menghias gerobak atau membuat banner dengan desain tertentu khas mereka. Hal tersebut merupakan suatu alat yang mendukung peran Pedagang Kaki Lima, pada konsep Goffman memang dikatakan bahwa *Front Stage* (Panggung Depan) didukung oleh alat-alat yang mendukung jalannya suatu peran.

Namun dibalik tampilan tersebut ada panggung belakang yang menunjukkan sisi sebenarnya keadaan yang dirasakan dan dialami oleh pedagang kaki lima. Bahwasanya keramahan dan keakraban yang dibangun pedagang kaki lima pada pembeli bukan realita yang mewakili diri pedagang kaki lima. Pada konsep Dramaturgi, peran seseorang dilakukan berdasarkan pada status sosialnya sehingga ‘Sang Pemeran’ berusaha profesional melakukan perannya sebagai pedagang kaki lima. Pada berbagai kondisi dan situasi sebagai pemeran harus mampu melakukan perannya sesuai peran yang dimiliki. Dalam proses berdagang, para pedagang berhadapan dengan pembeli melakukan interaksi dan juga jual beli tidak terlepas dari keadaan cuaca setempat yang dialami pedagang kaki lima. Adanya usaha untuk meyakinkan diri sendiri bahwa produk olahannya laku keras dibeli oleh masyarakat. Pedagang kaki lima yang sebenarnya yaitu mendapatkan tuntutan atas pemenuhan ekonomi dalam keluarga yang menjadi realita sesungguhnya bagi dirinya. Berdagang bukan sebuah aktivitas kesenangan bagi pedagang kaki lima tapi adanya keharusan berdagang demi kelangsungan hidup masa kini hingga keberlanjutan di masa yang akan datang.

Konsep *Back Stage* (panggung belakang) Goffman merupakan tempat yang tidak bisa diketahui oleh orang-orang di panggung depan. Dalam kehidupan sehari-harinya para pedagang ini tidak hanya berdagang, mereka memiliki peranan lain sebagai Ayah, Ibu, kepala keluarga,

suami atau istri yang perannya berlawanan dengan pedagang. Kedudukan tersebut merupakan suatu peran yang harus dijalankan juga dengan setting atau latar yang berbeda. Sosok lain dari peran utama adalah pertunjukan yang ditampilkan pada panggung berbeda. Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti dapatkan dari informan yakni seorang pedagang es tebu, diperoleh data bahwa ia merupakan seorang ayah dan suami. Apabila dirumah ia akan membantu istrinya untuk mengurus urusan rumah dan bergantian menjaga anaknya karena sang istri juga berjualan sehingga perlu menyiapkan dagangannya. Pedagang es tebu ini mengungkapkan bahwa motivasinya untuk berdagang tentu adalah untuk mencukupi kebutuhan hidup sehari-hari. Begitu pula dengan penjual cilok, ia mengaku bahwa dagangan yang dijualnya bukan miliknya sendiri sehingga ia bekerja pada orang lain. Seorang pedagang cilok ini merupakan seorang ayah dengan tiga anak. Dahulu ia bekerja sebagai kuli bangunan sebelum beralih berjualan cilok, hal tersebut karena bekerja sebagai buruh hasilnya tidak pasti sehingga ia berusaha mencari jalan lain dengan berdagang cilok. Dari informasi tersebut dapat terlihat bagaimana realitas yang terjadi dibalik panggung sang aktor. Dibalik panggung utama terdapat harapan, tuntutan, tekanan yang secara tidak langsung dirasakan oleh aktor. Pada konteks pedagang kaki lima, mereka melakukan peran karena adanya motivasi untuk bisa menghasilkan uang yang cukup dan terpenuhinya kebutuhan hidup. Informan yang peneliti temui mayoritas adalah laki-laki, pada struktur sosial yang dibentuk masyarakat laki-laki memegang peranan untuk mencari nafkah dan sudah menjadi tanggungjawab serta kewajibannya mencukupi kebutuhan keluarga terutama yang sudah berkeluarga. Ekspektasi yang berhubungan dengan status sosial individu sangat berpengaruh terhadap peran aktor. Individu-individu yang berada disekitar aktor memiliki peran penting dalam terbentuknya interaksi yang terjadi dalam panggung.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian di atas, dapat diketahui bahwa pada suatu pekerjaan yang ditekuni seseorang terdapat suatu peran yang harus dilakukan dengan tepat dan penuh tanggungjawab. Dalam melakukan tugas dan perannya terdapat hal yang mendukung berjalannya peran tersebut sebagai seorang aktor. Dengan menggunakan pandangan Erving Goffman dapat dipahami ketika melakukan peran atau interaksi seseorang berada pada sebuah panggung yang dikenal dengan istilah panggung depan (front stage) dan panggung belakang (backstage). Pedagang Kaki Lima (PKL) juga demikian, melakukan peranannya sebaik mungkin ketika sedang berada di depan panggung (front stage). Ia selalu berusaha menunjukkan sisi baik dan positif dari dirinya. Pembentukan citra positif bagi seorang pedagang merupakan suatu cara dan upaya bagi dirinya untuk menarik minat pembeli terhadap produk yang dijual. Sedangkan urusan yang berhubungan dengan sang aktor di belakang panggung (back stage) seringkali diabaikan karena hal tersebut merupakan sisi lain dari sang aktor yang berperan dan memang tidak untuk ditampilkan pada panggung depan (front stage). Usaha untuk tidak menampilkan urusan di belakang panggung atau hal yang dianggap kurang baik untuk diketahui orang lain ini merupakan cara untuk menjaga citra diri menjadi seorang individu yang kuat. Hal tersebut tentu juga akan banyak dilakukan oleh masyarakat meski mungkin dengan secara tidak sadar. Panggung belakang atau sisi kebalikan ini sebenarnya merupakan suatu hal yang lumrah di tiap individu itu sendiri. Karena pada dasarnya dalam kehidupan selalu terdapat dua sisi. Setiap orang tentu akan mencari kesenangan, tidak jarang kesenangan yang dijalani tersebut merupakan upaya untuk mengalihkan perhatiannya sejenak dari segala hal yang membuatnya tertekan.

Pada permasalahan di atas dapat diambil kesimpulan bahwa kehidupan menjadi pedagang tak lain merupakan salah satu opsi dari ketatnya dunia kerja. Bagaimanapun kehidupan akan terus

berjalan dan setiap individu harus mampu untuk beradaptasi dengan kenyataan yang terjadi. Termasuk bagi para Pedagang Kaki Lima (PKL), tentu mereka akan menampilkan serta memberikan pelayanan yang terbaik kepada pembelinya. Hal ini dilakukan dengan harapan akan mendapat umpan balik yang bernilai bagi dirinya. Adapun cara yang dilakukan para pedagang adalah dengan melakukan interaksi dan dari komunikasi yang terjalin, dimana pembeli dapat menerima pesan yang diharapkan oleh pedagang kepada pembeli dan sebaliknya. Oleh karena itu, berbagai keluhan, kesah, hambatan dan tantangan yang dirasakan Pedagang Kaki Lima (PKL) tidak boleh diketahui oleh orang-orang yang berada di depan panggung karena hal tersebut berada pada panggung belakang (back stage) yang apabila nampak di permukaan dapat menimbulkan gangguan pada panggung depan (front stage) mereka sebagai pedagang.

DAFTAR PUSTAKA

- Hermawati, R., Abdoellah, O., Gunawan, B., Riawanti, S., Runiawati, N., & Paskarina, C. (2018). The Dynamics of Street Vendors' Resistance in Bandung City. *MIMBAR : Jurnal Sosial dan Pembangunan*, 34(2), 321-331. doi:<https://doi.org/10.29313/mimbar.v34i2.3500>
- Melati, M. (2017). *Analisis Konsep dramaturgi Erving Goffman Dalam Pola penggunaan Ruang Publik Kafe Oleh Mahasiswa di Kota Surakarta*, *Sosialitas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Sosiologi-Antropologi*. SebelasMaretUniversity. <https://www.neliti.com/publications/163552/analisis-konsep-dramaturgi-erving-goffman-dalam-pola-penggunaan-ruang-publik-kaf>
- Suneki, S. and Haryono. (2012). *Paradigma Teori Dramaturgi Terhadap Kehidupan Sosial*. *CIVIS: Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial dan Pendidikan Kewarganegaraan* 2(2) <http://journal.upgris.ac.id/index.php/civis/article/view/456>. DOI: <https://doi.org/10.26877/civis.v2i2/Juli.456>
- Poloma, Margaret M. (2003). *Sosiologi Kontemporer*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Creswell, John W. (2015). *Penelitian Kualitatif&Desain Riset*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar