

## Pedagang Kaki Lima di Desa Lolong Kabupaten Pekalongan Sebagai Studi Kasus Strategi Bertahan Hidup Pedagang Kaki Lima di Era Digital

Nazila Putri Indah Berlian<sup>1</sup>

<sup>1</sup>UIN KH. Abdurahman Wahid Pekalongan

Email: [nazila.putri.indah.berlian@mhs.uingsdur.ac.id](mailto:nazila.putri.indah.berlian@mhs.uingsdur.ac.id)

**ABSTRAK:** Abstrak ini menggambarkan rencana kelangsungan hidup pedagang lima kaki untuk era digital. Di dunia yang semakin terhubung secara elektronik, dealer lima kaki berjuang sangat keras untuk menjaga bisnis mereka tetap terkini. Studi ini mengidentifikasi berbagai strategi yang digunakan oleh pedagang lima kaki untuk mempertahankan daya saing mereka di pasar yang berubah dengan cepat. Salah satu strategi yang paling penting ditemukan adalah penggunaan teknologi. Media sosial, aplikasi seluler, dan platform online sekarang digunakan oleh pedagang lima kaki untuk memperluas klien mereka. Mereka sekarang menggunakan layanan pengiriman internet untuk menjangkau audiens pelanggan yang lebih luas. Selain itu, kolaborasi pedagang diperlukan untuk bertahan hidup. Mereka bekerja sama dan menciptakan jaringan untuk mendukung satu sama lain dan berbagi pelanggan. Di era digital yang kompetitif ini,

**Kata kunci:** Strategi, penjual jalanan, pendapatan, kesejahteraan

**ABSTRACT:** This abstract outlines a five-legged trader's survival plan for the digital age. In a world that is getting more and more electronically linked, five-foot dealers fight immensely to keep their enterprises current. This study identifies a variety of strategies used by five-foot dealers to keep up their competitiveness in a market that is rapidly changing. One of the most important strategies found was the employment of technology. Social media, mobile apps, and online platforms are now being used by five-foot traders to expand their clientele. They are now using internet delivery services to reach a wider audience of customers. Additionally, merchant collaboration is necessary for survival. They cooperate together and create networks in order to support one another and share customers. In today's competitive digital age, this

**Keywords:** Strategy, street vendors, income, welfare

### 1. PENDAHULUAN

Menurut McGee dan Yeung (1977), "pedagang asongan" memiliki konotasi yang sama dengan pedagang kaki lima karena mereka menyediakan barang dan jasa untuk dijual di ruang terbuka, terutama di sepanjang trotoar dan jalan raya. Pedagang kaki lima adalah usaha mikro yang berfungsi dalam konteks bisnis yang terbatas dan bersifat sementara, menurut definisi Ramli (2003). Pedagang kaki lima sering kali memiliki ciri-ciri berpenghasilan rendah, lokasi usaha yang tidak jelas, modal yang terbatas, segmen pasar menengah ke bawah, dan ruang lingkup usaha yang terbatas. Menurut McGee dan Yeung (1977), "pedagang kaki lima" mereka yang menjajakan dagangannya di ruang publik, terutama di sepanjang jalan dan trotoar-memiliki arti yang sama dengan pedagang kaki lima (Risnansih & Sjheny, 2016).

Pemanfaatan ruang publik untuk kegiatan produktif sangat menarik karena potensi isu dan kontribusi ekonomi yang dapat diberikan. Empat artikel dalam majalah edisi kali ini lebih banyak mengangkat permasalahan yang dihadapi PKL, seperti upaya pelibatan pemangku kepentingan dalam proses pengambilan kebijakan dan kesulitan yang berkaitan dengan sikap dan kebijakan pemerintah dalam mendukung eksistensi sektor ini. Salah satu kelompok pelaku ekonomi yang melakukan kegiatan komersial di jalanan adalah pedagang kaki lima. Karena dampak negatif dari keberadaan PKL terhadap estetika, kebersihan, dan fungsi infrastruktur di daerah perkotaan serta terganggunya arus lalu lintas, maka berbagai larangan terkait PKL telah diterapkan (Crystallography, 2016).

Pedagang kaki lima adalah salah satu sektor informal yang paling signifikan di kota-kota karena mereka mewakili bentuk kegiatan ekonomi berskala besar yang menciptakan dan mendistribusikan barang dan jasa. Mereka memenuhi kebutuhan individu dengan menjual barang di pusat kota yang padat turis dan di sepanjang jalan raya yang sibuk, tetapi terkadang orang-orang dari kelas sosial ekonomi yang lebih tinggi juga bekerja di sektor informal.

Sebagai hasilnya, sektor informal memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pembangunan kota karena memiliki kemampuan untuk menyerap tenaga kerja, terutama dari kelas bawah, yang sangat penting untuk meringankan masalah pengangguran di perkotaan dan meningkatkan pendapatan masyarakat miskin. Selain itu, pemerintah daerah juga menerima pendapatan dari sektor yang tidak terorganisir ini. Namun, manajemen yang buruk dapat mengakibatkan ketidakteraturan dalam perencanaan kota karena banyak pedagang kaki lima yang beroperasi di tempat-tempat yang seharusnya tidak dianggap sebagai ruang publik. Orang-orang dapat bersantai, mengobrol, dan menikmati pemandangan kota di ruang publik seperti taman, trotoar, stasiun bus, dan area publik lainnya.

Trotoar yang digunakan untuk berjualan dapat menghalangi pejalan kaki karena pelanggan yang menggunakan layanan ini sering memarkir mobil mereka di sisi jalan. Selain itu, karena tidak ada aturan yang berlaku, mungkin akan sulit untuk bersantai atau berkomunikasi di area publik karena sering kali terlihat kumuh (Ritonga, 2021).

sebuah fenomena yang tidak lagi mengejutkan. Secara sederhana, ini adalah bisnis yang tidak terdaftar secara resmi di pemerintah. Karena operasi ini tidak dilaporkan dalam statistik resmi pemerintah dan dibebaskan dari peraturan dan pajak negara, industri ini juga dikenal sebagai "ekonomi bawah tanah". "Ekonomi bawah tanah" adalah nama lain dari kegiatan industri ini, yang dapat mencakup kegiatan legal dan ilegal. "Ekonomi bawah tanah" adalah nama lain dari kegiatan industri ini, yang mungkin mencakup kegiatan legal dan ilegal (Rizky Siregar & Ridwan, 2022).

Keberadaan sektor informal terkait dengan rendahnya sumber daya manusia dan produktivitas di negara-negara berkembang. Sebagian besar orang yang bekerja di profesi ini adalah pekerja berupah rendah yang tidak memiliki kualifikasi atau kesempatan untuk bekerja di sektor ekonomi yang tidak terorganisir karena rendahnya tingkat pendidikan dan kompetensi mereka.

Selain itu, sektor informal, yang merupakan bagian terbesar dari ekonomi industri, memiliki banyak masalah yang sama, seperti sulitnya mendapatkan pinjaman dan menjadi target pungutan liar. Kegiatan yang berlangsung di sektor informal dicirikan dengan tidak terorganisir dengan baik, tidak memiliki izin usaha

yang sah, pola kegiatan yang tidak teratur, jam kerja yang tidak teratur, bisnis yang tidak berkelanjutan, mudah beralih ke bisnis lain, memiliki modal yang kecil, menggunakan teknologi yang sangat sederhana, dan tidak terorganisir dengan baik. Tingkat pendidikan biasanya rendah (Rosdianti, 2021).

Indonesia, salah satu negara berkembang, memiliki sektor informal yang besar dengan jumlah pemilik usaha yang besar. Meskipun tidak diatur secara formal oleh otoritas pemerintah, sektor informal tidak boleh dipandang sebelah mata. Pada kenyataannya, sektor ini dapat berfungsi sebagai pengaman dan sumber peluang karir alternatif. Di sektor formal, terjadi banyak pemutusan hubungan kerja (PHK), seperti yang terjadi pada tahun 1998 ketika Indonesia diguncang krisis ekonomi. Sektor formal tidak dapat menangani angkatan kerja seperti yang diantisipasi sebagai akibatnya; namun, sektor informal dapat menawarkan solusi dan berkembang menjadi salah satu generator utama ekonomi lokal.

Serupa dengan sektor resmi, bisnis di sektor informal menyediakan makanan dengan harga murah berdasarkan gaji karyawan. Meskipun perusahaan informal dapat menentukan tujuan mereka, sebagian besar dari mereka terpaksa melakukannya karena tidak ada pilihan lain. Namun, komunitas bisnis jelas membutuhkan pedagang asongan dan pedagang kaki lima. Perusahaan-perusahaan besar umumnya menargetkan pedagang kaki lima kecil ketika menjual produk yang mereka produksi. Merekalah yang menangani tugas pemasaran untuk perusahaan-perusahaan besar. yang siap menawarkan makanan, perlengkapan sekolah, air, dan lainnya adalah pedagang kaki lima (PKL). Merekalah yang bertanggung jawab atas ekspansi ekonomi perkotaan yang spektakuler. Ini adalah hasil dari tindakan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia. Salah satu usaha yang terkait dengan kegiatan ini adalah industri pedagang kaki lima. Pedagang kaki lima adalah salah satu dari orang-orang dengan sumber daya sederhana yang bekerja dalam produksi skala kecil (Nursyamsu et al., 2020).

Fenomena sektor informal, khususnya pedagang kaki lima, tersebar luas di negara-negara berkembang. Antara 30 hingga 70% dari seluruh pekerja di negara-negara dunia ketiga seperti Amerika Latin, wilayah Sahara di Afrika, Timur Tengah, Afrika Utara, dan Asia Selatan bekerja di sektor informal, termasuk pedagang kaki lima. Sektor informal berkembang karena industri tradisional kesulitan untuk mendapatkan karyawan baru. Kurangnya kapasitas di sektor formal adalah hasil dari pertumbuhan populasi yang lebih lambat daripada pertumbuhan pekerjaan.

Akibatnya, berpartisipasi dalam kegiatan ekonomi di sektor yang tidak terorganisir saat ini merupakan cara utama untuk mengurangi pengangguran (Franiska R. Korompis, 2002:2). Tingkat pengangguran di bulan Februari 2008 lebih rendah dibandingkan dengan bulan Agustus 2007 dan Februari 2007, menurut Biro Pusat Statistik. Masalah pengangguran telah diatasi sebagai hasil dari kemampuan sektor informal yang lebih baik dalam menyerap tenaga kerja (Anita Spring, 2009) (Prananta & Ayuningsari, 2019).

Fenomena media sosial yang mendunia adalah pedagang kaki lima (PKL). Di Indonesia, sudah menjadi hal yang biasa untuk melihat pedagang kaki lima. Khususnya di kota-kota besar, hal ini menjadi masalah tersendiri. PKL tidak terawat dengan baik dan tidak teratur. Kesemrawutan seolah menjadi "warna" bagi PKL (Rosdianti, 2021).

Ada pasang surut untuk pedagang kaki lima di seluruh Indonesia tergantung pada kondisi hukum pemerintah pusat dan pemerintah daerah. Hal ini juga terkait

erat dengan individu. Orang yang kuat berperan sebagai pemimpin inti wilayah. Preferensi politik sering kali ditentukan oleh pemimpin "model" daerah. Ini adalah hasil dari otonomi daerah yang berkaitan dengan pemisahan kekuasaan. Sektor komersial, sebuah kelas bisnis tertentu, bertanggung jawab untuk mengelola sistem distribusi ekonomi. Hal ini membuat kita dapat menggunakan pengetahuan langsung untuk memeriksa struktur pasar, serta keefektifan dan produktivitasnya (Nurlaila, 2017)).

Temuan-temuan penelitian mengenai perusahaan transaksi dapat ditemukan di sumber-sumber seperti Dragun, Howard, dan Reynolds (2004), Haskel, Jarmin, Motohashi, dan Motohashi (20-07), dan Komisi Produktivitas (2011). Sumber lain termasuk Sarantopoulos, Kiosis, dan Doukidis (2000-13). Temuan-temuan studi ini menunjukkan pentingnya sektor komersial terhadap siklus dan aktivitas ekonomi. Sektor ini memiliki peran yang besar. Hal ini dapat dicapai dengan menetapkan harga bahan baku atau dengan membangun jaringan perdagangan dan distribusi (Sutomo & Ratwianingsih, 2017).

## **2. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif. Peneliti berperan sebagai instrumen utama dalam metode penelitian kualitatif, strategi pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan penekanan temuan penelitian kualitatif adalah pada makna daripada generalisasi. Alih-alih melakukan eksperimen, pendekatan ini digunakan untuk mempelajari kondisi objek yang alamiah.

Penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami dan menggali informasi baru. Strategi penelitian berbasis metode yang mengeksplorasi fenomena sosial dan masalah manusia adalah pendekatan penelitian kualitatif. Peneliti dalam penelitian ini membangun gambaran yang rumit, menganalisis bahasa, menyusun laporan mendalam dari sudut pandang responden, dan melakukan eksperimen di lingkungan yang sebenarnya. Peneliti adalah instrumen utama dalam penelitian kualitatif. Oleh karena itu, peneliti harus memiliki akses ke berbagai teori dan pemahaman untuk mempertanyakan, meneliti, dan mengkonstruksi hal yang diteliti menjadi lebih jelas. Penelitian ini menekankan pada makna dan terikat pada nilai. Penelitian kualitatif digunakan untuk membangun ide, mengeksplorasi interaksi sosial, menggali makna yang tersembunyi, dan memvalidasi pernyataan ketika suatu masalah belum terlihat jelas.

## **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Analisis Temuan Penelitian:**

- Pedagang kaki lima dapat menggunakan aplikasi, platform online, dan edukasi digital.

Saat ini, banyak pedagang kaki lima yang menjual barang dagangannya secara online, melalui aplikasi seperti Gojek atau Grab, atau di situs web e-commerce. Hasilnya, mereka menjadi lebih terlihat dan memperluas basis pelanggan mereka. Pedagang kaki lima yang sukses lebih cenderung melek teknologi. Dengan menggunakan sumber daya dan aplikasi online, mereka mendapatkan pengetahuan tentang manajemen inventaris, pemasaran online, dan mengelola transaksi keuangan.

"Era digital telah mengubah cara konsumen mencari barang dan jasa. Saya melihat adanya penurunan proporsi klien yang menyukai belanja melalui internet. Kesulitan utama yang saya alami adalah bersaing dengan harga yang lebih rendah yang ditawarkan oleh perusahaan-perusahaan internet. Biaya yang terkait dengan pengiriman adalah masalah lain. Saya mulai menawarkan pengiriman makanan ke rumah klien dan layanan pemesanan online. Selain itu, saya juga menawarkan diskon eksklusif kepada pelanggan setia. Saya sering menggunakan media sosial, terutama Instagram dan WhatsApp. Saya membagikan foto-foto makanan dan berbagi promosi. Selain itu, saya juga menerima pesanan melalui pesan singkat. Untuk meningkatkan jangkauan kami, saya bekerja sama dengan situs e-commerce regional. Hal ini memungkinkan saya untuk terhubung dengan spektrum klien yang lebih luas. Ketika klien membeli makanan dalam jumlah banyak, mereka menerima penghematan tambahan"(Nur Lina, 2023).

- Kerja sama dan kemampuan beradaptasi masyarakat:

Sebagia besar pedagang kaki lima bekerja sama satu sama lain untuk saling mendukung. Mereka membangun jaringan online dan offline untuk mendiskusikan potensi dan tantangan perusahaan mereka. Salah satu kesimpulan penting adalah bahwa pedagang kaki lima dapat berubah dengan cepat, terutama ketika ada perubahan hukum dan peraturan yang berdampak pada perusahaan mereka..

"Bekerja dengan komunitas adalah sesuatu yang sangat saya hargai. Hal ini memungkinkan saya untuk menerima bantuan dari mereka yang dekat dengan saya, baik dalam hal mengiklankan bisnis saya dan menerima kritik yang berwawasan. Kolaborasi dengan lingkungan sekitar akan meningkatkan visibilitas. Di lingkungan yang sama, saya bisa menjangkau lebih banyak klien potensial. Sangat penting untuk menyesuaikan diri dengan teknologi digital. Saya harus memiliki kehadiran internet yang kuat di zaman sekarang ini karena begitu banyak klien yang mencari informasi secara online. Mempelajari dan memahami teknologi digital adalah salah satu kendala utama. Awalnya saya merasa tidak nyaman, tetapi setelah sedikit latihan dan waktu, saya mulai menyesuaikan diri. Saya mendaftar di kursus online dan meminta bantuan teman-teman yang paham teknologi untuk membantu saya mengatasi kesulitan. Hal itu sangat membantu pemahaman saya. Mempertahankan eksistensi di media sosial dan tetap berhubungan dengan klien melalui saluran internet adalah taktik khusus saya. Selain itu, saya memberikan akses promosi khusus kepada pelanggan yang datang melalui platform internet. Saya secara teratur menggunakan platform media sosial seperti Facebook dan Instagram. Saya memanfaatkan platform ini untuk memposting gambar produk saya, mengadakan kontes, dan memberikan penawaran eksklusif kepada para penggemar saya. Saya akan mengatakan untuk tidak ragu-ragu mempelajari teknologi digital. Ini adalah investasi penting untuk masa depan Anda" (Mikaila, 2023).

## 2. Analisis Penelitian Terdahulu Terhadap Temuan Penelitian:

- Penggunaan Media Sosial dan Dampak Teknologi Digital

Penelitian sebelumnya mungkin telah meneliti bagaimana pedagang kaki lima berinteraksi dengan klien dan mengiklankan barang dagangan mereka di media sosial. Penelitian sebelumnya mungkin telah menentukan bagaimana pedagang kaki lima dipengaruhi oleh teknologi digital seperti aplikasi pesan-antar makanan atau e-commerce. Hal ini dapat membantu Anda mendapatkan pengetahuan dasar tentang bagaimana teknologi telah mengubah metode operasi mereka.

"Strategi Pedagang Kaki Lima dalam Mempertahankan Bisnis di Tengah Pandemi Covid-19," Allianz Indonesia (2020: 1-4). Artikel ini membahas strategi yang dapat dilakukan oleh beberapa pedagang yang memiliki kemampuan untuk menggunakan ilmu pengetahuan dan teknologi. Para penjual ini melakukan penjualan langsung melalui telepon atau dengan menggunakan situs media sosial terkenal seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp. Mereka terlibat dalam kegiatan pemasaran dan jual beli dengan layanan pengiriman melalui platform media sosial ini. Karena pandemi, orang cenderung mengurangi perjalanan. Karena hilangnya pendapatan perusahaan mereka yang disebabkan oleh penggunaan jarak jauh, strategi ini sangat membantu (Hariyani, 2021).

- Kerja Sama Komunitas dan Kemampuan Beradaptasi

Hal ini mungkin merupakan taktik bertahan hidup yang sukses di era digital, menurut penelitian sebelumnya yang mendukung kolaborasi di antara para pedagang kaki lima. Kemampuan beradaptasi: Jika penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pedagang kaki lima dapat menyesuaikan diri dengan teknologi dan perubahan pasar, hal ini dapat memperkuat pentingnya fitur ini dalam taktik bertahan hidup mereka.

## 3. Landasan Teori

- Teori Inovasi: Teori ini dapat digunakan untuk menjelaskan bagaimana pedagang kaki lima melakukan inovasi dalam bisnis mereka dan mengadopsi teknologi digital. Memahami mengapa beberapa pedagang kaki lima mengadopsi teknologi lebih cepat daripada yang lain dapat dilakukan dengan konsep seperti difusi inovasi.

- Teori Ekonomi Mikro: Teori ekonomi mikro dapat digunakan untuk menganalisis perilaku pedagang kaki lima dalam hal penetapan harga, alokasi sumber daya, dan keputusan investasi. Teori ini menjelaskan bagaimana mereka mengendalikan persaingan di zaman modern.

- Teori Sosial: Teori sosial, seperti teori jaringan atau teori modal sosial, dapat digunakan untuk menjelaskan bagaimana pedagang kaki lima berkolaborasi dalam komunitas mereka, menjalin hubungan dengan pelanggan, dan mendukung satu sama lain.

- Teori perubahan organisasi dapat digunakan untuk memahami bagaimana pedagang kaki lima menyesuaikan diri dengan perubahan dalam lingkungan operasi mereka. Hal ini mencakup cara mereka mengadaptasi model bisnis, menghadapi perubahan, dan merampingkan proses mereka.

- Teori pemasaran digital dapat digunakan untuk menganalisis bagaimana pedagang kaki lima menggunakan iklan internet, media sosial, dan teknik pemasaran digital lainnya untuk menjangkau klien dan memasarkan produk mereka.
- Teori Ekonomi Informasi: Khususnya dalam konteks e-commerce dan analisis data, teori ini dapat digunakan untuk memahami bagaimana pedagang kaki lima mengumpulkan, memproses, dan menggunakan informasi dalam pengambilan keputusan.

#### **4. KESIMPULAN**

Untuk meningkatkan visibilitas dan akses pelanggan, pedagang kaki lima harus menggunakan teknologi seperti aplikasi pemesanan makanan atau e-commerce. Meskipun kita hidup di era digital, kualitas produk tetaplah penting. Pedagang kaki lima bertanggung jawab untuk menjaga rasa dan kualitas produk yang mereka jual. Gunakan situs web dan media sosial untuk mengiklankan produk mereka kepada calon pelanggan. Penjual kaki lima dapat menjangkau lebih banyak pelanggan dengan berkolaborasi dengan platform pemesanan atau e-commerce. Untuk memangkas biaya dan meningkatkan keuntungan, kelola stok, keuangan, dan prosedur operasional dengan baik. Berikan layanan yang baik kepada pelanggan, termasuk perhatian yang cepat terhadap pertanyaan dan keluhan mereka. Mengembangkan merek yang kuat dapat membantu pedagang kaki lima lebih unggul dari para pesaing. Melindungi data klien dan perusahaan dalam lingkungan digital yang penuh dengan masalah keamanan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Crystallography, X. D. (2016). *Sayembara Gagasan Desain PKL Higienis*. 1–23.
- Hariyani, T. (2021). Strategi Pedagang Kaki Lima Dalam Mempertahankan Usaha Di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi pada PKL di Lapangan Desa Karangrejo Kecamatan Kandat Kabupaten Kediri). *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 7(1), 147–164. <https://ejournal.kahuripan.ac.id/index.php/Ekuivalensi/article/view/495>
- Nurlaila, H. (2017). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Kota Kuala Simpang. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 1(1), 72–86. <https://ejournalunsam.id/index.php/jse/article/view/68>
- Nursyamsu, N., Irfan, I., Mangge, I. R., & Zainuddin, M. A. (2020). Pengaruh Modal Kerja dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Kelurahan Kabonena. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 90–105. <https://doi.org/10.24239/jiebi.v2i1.25.90-105>
- Prananta, K. A. S., & Ayuningsari, A. A. K. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Kecamatan Denpasar Selatan. *E-Jurnal EP Unud*, 8(11), 2778–2806.
- Risnaningsih, & Sjheny, T. (2016). Usaha Mikro Pedagang Kaki Lima Makanan & Minuman Dalam Meningkatkan Perekonomian Keluarga. *Jurnal Dedikasi*, 13, 50–54.
- Ritonga, S. (2021). *Tarbiyah bil Qalam PENGARUH PENDIDIKAN TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI MASYARAKAT DUSUN FIRDAUS KECAMATAN*

**BILAH HULU KABUPATEN LABUHANBATU. 1–8.**

- Rizky Siregar, M., & Ridwan, M. (2022). Efektivitas Peran Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Dalam Pelaksanaan Penataan Pedagang Kaki Lima Di Kota Medan. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(5), 653–662. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i5.73>
- Rosdianti, Y. (2021). Pemenuhan dan Perlindungan Hak-Hak Pedagang Kaki Lima: Studi di Kota Surakarta dan Kota Yogyakarta. *Jurnal Hak Asasi Manusia*, 7(7), 143–178. <https://doi.org/10.58823/jham.v7i7.65>
- Sutomo, & Ratwianigsih, L. (2017). Industri Perdagangan Di Indonesia : Perkembangan Dan Kinerja. *Jiep*, 17(2), 78–88. <file:///C:/Users/ASUS/AppData/Local/Temp/14982-33644-1-PB.pdf>