

# IMPLEMENTASI STRATEGI BISNIS TERHADAP PENINGKATAN KESEJAHTERAAN PEDAGANG KAKI LIMA PADA PASAR OYEHE KABUPATEN NABIRE

**Lamba Toding Palimbu**

Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Satya Mandala Nabire

Email :

lambatoding.palimbu@gmail.com

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pentingnya Implementasi Strategi Bisnis (Variabel Bebas) dan Peningkatan Kesejahteraan Pedagang Kaki Lima (Variabel Terikat), Untuk mengetahui bagaimana implementasi strategi bisnis yang dilakukan agar peningkatan kesejahteraan pedagang kaki lima dapat tercapai di Kabupaten Nabire dan juga untuk mengetahui bagaimana tujuan jangka pendek dalam mengimplementasikan strategi bisnis agar kesejahteraan pedagang kaki lima dapat terlaksanadengan baik di Kabupaten Nabire serta untuk mengetahui factor-faktor yang mempengaruhi di dalam implementasi strategi bisnis terhadap peningkatan kesejahteraan pedagang kaki lima di Kabupaten Nabire yang berkaitan dengan kedua variabel tersebut diatas. Variabel tersebut diatas menggunakan metode Deskriptif. Yang menjadi objek Penelitian adalah implementasi strategi bisnis terhadap peningkatan kesejahteraan pedagang kaki lima pada pasar Oyehe Kabupaten Nabire dengan sampel yang diambil dengan menggunakan tehnik purposive sampling yang berjumlah 67 orang. Berdasarkan hasil analisa data dengan menggunakan instrumen daftar pertanyaan dan pengamatan langsung di lapangan menunjukkan bahwa Implementasi Strategi Bisnis dengan indikator Pemasaran, Harga, Kemasan perlu untuk lebih diperhatikan Selanjutnya mengenai Peningkatan Kesejahteraan yang dilakukan oleh Pedagang Kaki Lima di Kabupaten Nabire belum berjalan secara maksimal Implementasi Strategi Bisnis di harapkan dapat menjadi tolak ukur dalam menghasilkan atau meningkatkan kesejahteraan Pedagang Kaki Lima di Kabupaten Nabire yang lebih baik dan yang sesuai dengan yang diharapkan

**Kata Kunci** : Pemasaran,harga,kemasan ( Variabel X) dan Tingkat Pendapatan Keluarga,Tingkat Pendidikan Keluarga,Tingkat Kesehatan Keluarga ( Variabel Y)

## ABSTRACT

*The purpose of this research is to find out the importance of implementing business strategy (independent variable) and increasing the welfare of street vendors (bound variable). short-term goals in implementing business strategies so that the welfare of street vendors can be carried out well in Nabire Regency and to find out the factors that influence the implementation of business strategies to increase the welfare of street vendors in Nabire Regency related to the two variables mentioned above. The variables mentioned above use the descriptive method. The object of research is the implementation of business strategies to improve the welfare of street vendors at the Oyehe market in Nabire Regency with a sample taken using a purposive sampling technique, totaling 67 people. Based on the results of data analysis using the questionnaire instrument and direct observation in the field, it shows that the implementation of business strategies with indicators of marketing, price and packaging needs to be given more attention. is expected to be a benchmark in producing or improving the welfare of street vendors in Nabire Regency who are better and in accordance with what is expected*

**Keywords:** Marketing, price, packaging (Variable X) and Family Income Level, Family Education Level, Family Health Level (Variable Y)

## PENDAHULUAN

Manajemen Strategi merupakan proses atau rangkaian kegiatan pengambilan keputusan yang bersifat mendasar dan menyeluruh di sertai penetapan cara melaksanakannya, yang dibuat oleh pimpinan dan mengimplementasikan oleh seluruh jajaran di dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan. Sedangkan menurut Hadar Nawawi, ( 2005 ; 148-149 ) bahwa pengertian manajemen strategi adalah perencanaan berskala besar ( Disebut Perencanaan Strategi ) yang berorientasi pada jangkauan masa depan yang jauh ( disebut Visi ) dan ditetapkan sebagai keputusan pimpinan tertinggi. Keputusan yang bersifat mendasar dan prinsipil agar memungkinkan organisasi berinteraksi secara efektif ( disebut Misi ), dalam usaha menghasilkan sesuatu ( Perencanaan Operasional untuk menghasilkan Barang dan atau jasa serta pelayanan ) yang berkualitas dengan diarahkan pada optimalisasi pencapaian tujuan ( disebut tujuan strategi ) dan berbagai sasaran ( tujuan operasional ) organisasi. Alfred Chandler mengatakan bahwa Strategi adalah suatu penentuan sasaran dan tujuan dasar jangka panjang dari suatu organisasi ( Perusahaan ) serta pengadopsian seperangkat tindakan serta alokasi sumber-sumber yang perlu untuk mencapai sasaran-sasaran tersebut. Mintzberg mencatat bahwa setidaknya strategi tidak sekedar memiliki dua ( 2 ) elemen definisi yaitu Sebagai Perencanaan ( *Plan* ) dan Sebagai Pola ( *Pattern* ). Lebih lanjut lagi diungkapkan bahwa definisi strategitelah berkembang dengan tiga ( 3 ) P baru yaitu Posisi ( *Position* ), Perspektif ( *Perspective* ), dan Penerapan ( *Poly* ). Komponen pertama adalah Perencanaan Strategi dengan unsure-unsurnya yang terdiri dari visi, misi, tujuan dan strategi utama organisasi. Sedangkan komponen kedua adalah Perencanaan Operasional dengan unsure-unsurnya sasaran dan tujuan operasional, pelaksanaan fungsi-fungsi manajemen berupa fungsi pengorganisasian, fungsi pelaksanaan dan fungsi penganggaran, kebijakan situasional, jaringan kerja internal dan eksternal, fungsi control dan evaluasi serta umpan balik. Apabila perencanaan strategi telah dirumuskan sesuai dengan visi dan misi yang sesuai maka langkah selanjutnya adalah melaksanakan perencanaan strategi tersebut. Namun sebelum mengimplementasikan strategi sangat perlu adanya rancangan pelaksanaan, agar semua unsure strategi dapat bersinergi dan saling memotivasi satu sama lain. Sebenarnya tahap implementasi atau pelaksanaan merupakan kegiatan administrasi khususnya koordinasi atas semua unsure strategi agar mengarah pada pencapaian tujuan. Sehingga dengan demikian tahap implementasi merupakan tahap penting untuk melihat dan mengevaluasi apakah sesuai dengan perencanaan dan target yang ada. Dengan Implementasilah maka manajemen strategi mampu untuk dilaksanakan oleh pihak-pihak yang bersangkutan sebagaimana mestinya. Dalam hubungannya dengan implementasi strategi bisnis terhadap peningkatan kesejahteraan pedagang kaki lima maka hal ini juga termuat didalam Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 41 tahun Tahun 2012 Tentang Pedoman Penataan dan Pemberdayaan Pedagang Kaki Lima dimana di dalam Peraturan Menteri tersebut yang dimaksud dengan Pedagang Kaki Lima adalah : a. Pedagang Kaki Lima yang selanjutnya di singkat dengan PKL adalah Pelaku Usaha yang melakukan usaha perdagangan dengan menggunakan sarana usaha bergerak maupun tidak bergerak, menggunakan prasarana kota, fasilitas social,fasilitas umum, lahan dan bangunan milik Pemerintah dan /atau swasta yang bersifat sementara / tidak menetap. b. Penataan PKL adalah Upaya yang di lakukan oleh Pemerintah Daerah melalui penetapan lokasi binaan untuk melakukan penetapan, pemindahan, penertiban dan penghapusan lokasi PKL dengan memperhatikan kepentingan umum, social, estetika, kesehatan, ekonomi, keamanan, ketertiban,

kebersihan lingkungan dan sesuai dengan peraturan perundang-undangan. c. Pemberdayaan PKL adalah Upaya yang dilakukan oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, dunia pengembangan usaha dan masyarakat secara sinergis dalam bentuk penumbuhan iklim usaha dan pengembangan usaha terhadap PKL sehingga mampu tumbuh dan berkembang baik kualitas maupun kuantitas usahanya. d. Lokasi PKL adalah Tempat untuk menjalankan usaha PKL yang berada di lahan dan / atau milik Pemerintah Daerah dan / atau swasta. Selain itu juga untuk Pedagang Kaki Lima diatur juga di dalam Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Hal lain yang perlu diperhatikan adalah bagaimana kedua komponen tersebut masing-masing yaitu komponen perencanaan strategi dan perencanaan operasional dapat dilaksanakan secara bersama-sama guna mencapai tujuan yang hendak di capai. Peningkatan kesejahteraan pedagang kaki lima akan terwujud apabila antara kedua komponen tersebut diatas dapat dilakukan secara baik. Namun terkadang didalam meningkatkan kesejahteraan pedagang kaki lima tidak semudah yang kita bayangkan karena akan terdapat beberapa hal yang menjadi kendala atau tantangan dalam melaksanakannya. Untuk mencapai hasil yang maksimal di dalam peningkatan kesejahteraan bagi pedagang kaki lima tersebut maka perlu adanya pemahaman yang baik tentang bagaimana pelaksanaan strategi bisnis dengan memperhatikan kedua komponen yang dimaksud. Berdasarkan uraian yang telah di kemukakan diatas maka dalam hal ini penulis menguraikan masalahnya yaitu : 1. Belum semua pedagang kaki lima dapat melakukan Implementasi strategi bisnis dengan baik. 2. Usaha pedagang kaki lima lebih banyak berorientasi hanya pada keuntungan sesaat hanya untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Penelitian dilakukan di Pasar Oyehe itu juga dijadikan terminal mobil pertama sampai sekarang. Gambaran pedangan sebagai berikut

Tabel 1.Keadaan Pedagang Kaki Lima menurut jenis kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah
1.	Laki-Laki	7 Orang
2.	Perempuan	10 Orang
Jumlah		17 Orang

Sumber Data : Pasar Oyehe 2021

Sedangkan jenis makanan yang dijual pada pasar sebagai berikut.

Tabel 2. Jenis Makanan Yang di jual pedagang kaki lima

No	Jenis Makanan	Jumlah
1.	Bakso	4 buah
2.	Ayam / Ikan Lalap	5 buah
3.	Nasi Kuning	3 buah
4.	Gado-gado / Tahu Lontong	2 buah
5.	Es Buah	5 buah
Jumlah		17 buah

Sumber Data :Pasar Oyehe 2021

Tabel 3. Keadaan Pedagang Kaki Lima menurut Suku /Ras

No	Jenis Makanan	Jumlah
1.	Sulawesi Selatan ( Bugis)	15
2.	Papua	1
3.	Ambon	1
	Jumlah	17 orang

Sumber Data :Pasar Oyehe 2021

## METODE PENELITIAN

**Implementasi Strategi Bisnis ( Variabel Bebas)** Implementasi berasal dari Bahasa Inggris yaitu To Implement Yang berarti mengimplementasikan. Implementasi merupakan penyediaan sarana untuk melaksanakan sesuatu yang menimbulkan dampak atau akibat terhadap sesuatu. Implementasi adalah tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu atau pejabat-pejabat, kelompok-kelompok Pemerintah atau Swasta yang diarahkan pada terciptanya tujuan-tujuan yang telah digariskan dalam keputusan kebijakan. ( Solichin Abdul Wahab, 2001;65). Menurut Sudarsono, Implementasi adalah suatu aktivitas yang berkaitan dengan penyelesaian suatu pekerjaan dengan penggunaan sarana ( Alat ) untuk memperoleh hasil dari tujuan yang diinginkan. Implementasi merupakan sebuah penempatan ide, konsep, kebijakan, atau inovasi dalam suatu tindakan praktis sehingga memberikan dampak baik berupa perubahan pengetahuan, ketrampilan maupun sikap.

### Strategi Bisnis

Strategi Bisnis yang utama dalam perusahaan adalah bagaimana membangun dan memperbaiki posisi perusahaan persaingan bisnis jangka panjang. Strategi Bisnis adalah kemampuan pengusaha / perusahaan dalam analisis lingkungan eksternal dan internal perusahaan, perumusan ( formulasi), strategi pelaksanaan ( Implementasi ) rencana-rencana yang dirancang untuk mencapai sasaran-sasaran perusahaan serta melakukan evaluasi untuk mendapatkan umpan balik dalam merumuskan strategi yang akan datang Menurut Hariadi ( 2003 : 34 ) Strategi Bisnis merupakan rencana strategi yang terjadi pada tingkat divisi dan dimaksudkan bagaimana membangun dan memperkuat posisi bersaing produk dan jasa perusahaan dalam industry atau pasar tertentu yang di layani divisi tersebut.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa strategi bisnis adalah alat yang digunakan seseorang atau perusahaan yang merupakan suatu perencanaan berskala besar, dengan orientasi masa depan yang berhubungan dengan bagaimana suatu perusahaan memposisikan dirinya guna berinteraksi dengan kondisi persaingan untuk mencapai keunggulan yang kompetitif.

### Peningkatan Kesejahteraan Pedagang kaki Lima ( Variabel Terikat )

Pengertian Kesejahteraan Menurut Undang-undang No.11 Tahun 2009 Tentang Kesejahteraan adalah kondisi terpenuhinya kebutuhan material, spiritual dan social warga Negara agar dapat hidup layak dan mampu mengembangkan diri sehingga dapat melaksanakan fungsi sosialnya. Kesejahteraan atau sejahtera, dalam istilah umum dapat diartikan ke keadaan yang baik, kondisi manusia dimana orang-orangnya dalam keadaan makmur, dalam keadaan sehat, dan damai. Konsep kesejahteraan menurut Nasikun ( 1993 ) dapat dirumuskan sebagai padanan makna dari konsep martabat

manusia yang dapat dilihat dari empat ( 4 ) indicator yang dapat dijadikan pengukuran antara lain adalah : 1. Rasa Aman 2. Kesejahteraan 3. Kebebasan 4. Jati Diri 25

Menurut Biro Pusat Statistik Indonesia ( 2000 ) menerangkan bahwa guna melihat tingkat kesejahteraan rumah tangga suatu wilayah ada beberapa indicator yang dapat dijadikan ukuran antara lain adalah: 1. Tingkat Pendapatan Keluarga 2. Komposisi pengeluaran rumah tangga dengan membandingkan pengeluaran untuk pangan dan Non- Pangan 3. Tingkat Pendidikan Keluarga 4. Tingkat Kesehatan Keluarga 5. Kondisi perumahan serta fasilitas yang dimiliki dalam rumah tangga. Sedangkan menurut Kollie ( 1974 ) dalam Bintarto ( 1989 ), Kesejahteraan dapat diukur dari beberapa aspek kehidupan antara lain: 1. Dengan melihat kualitas hidup dari segi materi, seperti kualitas rumah, bahan pangan dan sebagainya 2. Dengan melihat kualitas hidup dari segi fisik, seperti kesehatan tubuh, lingkungan alam dan sebagainya. 3. Dengan melihat kualitas hidup dari segi mental, seperti fasilitas pendidikan, lingkungan budaya dan sebagainya. 4. Dengan melihat kualitas hidup dari segi spiritual seperti moral, etika, keserasian, penyesuaian dan sebagainya.

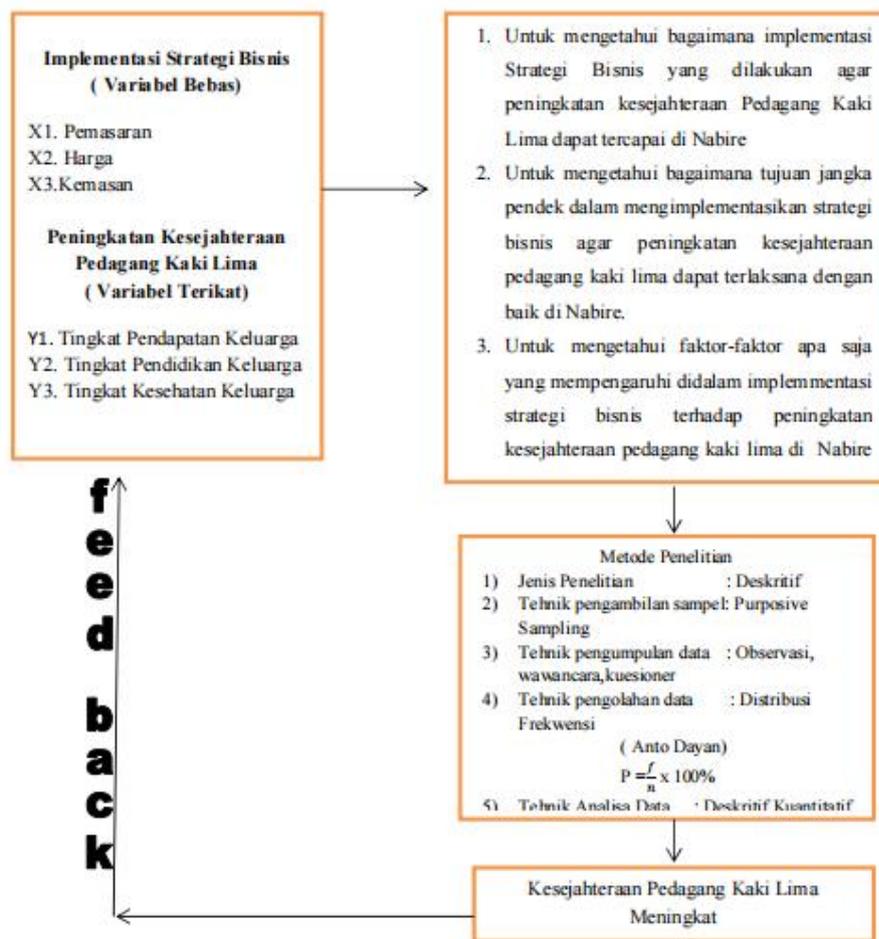
### **Pembatasan dan Perumusan Masalah.**

Berdasarkan pada uraian serta dengan keterbatasan waktu dan tenaga maka penulis dapat memberikan batasan masalah hanya pada Implementasi Strategi Bisnis terhadap peningkatan Kesejahteraan Pedagang Kaki Lima di Nabire. Setelah masalah diteliti maka dapat ditentukan variabel apa yang di teliti dan bagaimana hubungan variabel satu dengan variabel yang lain supaya dapat terjawab secara akurat maka masalah yang akan di teliti itu perlu dirumuskan secara spesifik. Menurut Istijanto menyatakan bahwa masalah adalah dimana bagian terpenting dalam suatu proses riset, karena masalah dapat menghadirkan petunjuk berupa jenis informasi yang mana nantinya akan sangat kita butuhkan.

Berdasarkan definisi tersebut diatas maka peneliti mengemukakan perumusan

masalah sebagai berikut : Bagaimanakah Implementasi Strategi Bisnis yang dilakukan agar peningkatan kesejahteraan Pedagang Kaki Lima dapat tercapai di Nabire, serta tujuan jangka pendek dalam mengimplementasikan strategi Bisnis agar kesejahteraan pedagang Kaki Lima dapat terlaksana dengan baik dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi dalam Implementasi strategi Bisnis terhadap Peningkatan kesejahteraan pedagang kaki lima di Nabire.

**Kerangka berpikir** merupakan bagian dari penelitian yang menggambarkan alur pikiran peneliti, dalam memberikan penjelasan kepada orang lain. Sugiyono ( 2001 ) mengatakan bahwa kerangka berpikir merupakan sintesis tentang hubungan antar variabel yang disusun dari berbagai teori yang telah di deskripsikan. Adapun alur pikir pada penelitian ini yang menyangkut Variabel Bebas yaitu implementasi Strategi Bisnis dengan indikatornya adalah Pemasaran (X1), harga (X2), Kemasan (X3) Sedangkan Variable Terikat yaitu Kesejahteraan Pedagang Kaki Lima dengan indikatornya adalah Tingkat Pendapatan Keluarga (Y1), Tingkat Pendidikan keluarga ( Y2), Tingkat Kesehatan Keluarga (Y3). Alur Pemikiran peneliti dapat dilihat pada bagan berikut ini Gambar. 1.1 Kerangka Pikir Implementasi Strategi Bisnis terhadap Peningkatan Kesejahteraan Pedagang Kaki Lima di Kabupaten Nabire.



SumberData :Alur Pikir Penulis 2021

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Pada hasil Pemasaran

Tabel 4.

Tanggapan Responden tentang pemasaran yang baik dapat mendukung proses suatu implementasi strategi Bisnis.

No	Kategori Jawaban	Frekwensi	Prosentase
1.	Selalu	50	75 %
2.	Kadang-kadang	10	15 %
3.	Tidak Pernah	7	10 %
	Jumlah	67	100 %

Sumber Data : Hasil olahan data primer,2021

Tabel 4. tentang pemasaran yang baik dapat mendukung proses suatu implementasi strategi Bisnis dari 67 responden yang menjawab pada kategori jawaban selalu berjumlah 50 orang (75 %), kategorijawaban kadang-kadang jawaban berjumlah 10 orang (15 %) dan kategori jawaban tidak pernah berjumlah 7 orang (10 %)

Tabel 5.

Tanggapan Responden tentang Pemasaran dapat mewujudkan suatu implementasi strategi bisnis yang sesuai dengan tujuan yang hendak di capai

No	Kategori Jawaban	Frekwensi	Prosentase
1.	Selalu	30	45 %
2.	Kadang-kadang	30	45 %
3.	Tidak Pernah	7	10 %
	Jumlah	67	100 %

Sumber Data : Hasil olahan data primer,2021

Tabel 5. tentang pemasaran dapat mewujudkan suatu implementasi strategi bisnis yang selalu dengan tujuan yang hendak di capai dari 67 responden yang menjawab pada kategori jawaban Selalu berjumlah 30 orang (45 %), kategori jawaban kadang-kadang berjumlah 30 orang (45 %) dan kategori jawaban Tidak pernah berjumlah 7 orang ( 10 %)

### **Terkait dengan strategi harga Harga**

Tabel 6.

Tanggapan Responden tentang harga yang ditetapkan baik maka implementasi strategi bisnis dapat terwujud

No	Kategori Jawaban	Frekwensi	Prosentase
1.	Selalu	30	45 %
2.	Kadang-kadang	30	45 %
3.	Tidak pernah	7	10 %
	Jumlah	67	100 %

Sumber Data : Hasil olahan data primer,2021

Tabel 6. tentang harga yang ditetapkan sehingga implementasi strategi bisnis dapat terwujud dari 67 responden yang menjawab pada kategori jawaban selalu berjumlah 30 orang (45 %), kategori jawaban kadang-kadang berjumlah 30 orang (45 %) dan kategori jawaban tidak pernah 7 orang ( 10 %)

Tabel 7.

Tanggapan Responden tentang harga yang ditawarkan dapat membuat implementasi strategi bisnis berhasil.

No	Kategori Jawaban	Frekwensi.	Prosentase
1.	Selalu	7	10 %
2.	Kadang-kadang	30	45 %
3.	Tidak pernah	30	45 %
	Jumlah	67	100 %

Sumber Data : Hasil olahan data primer,2021

Tabel 7. tentang harga yang ditawarkan dapat membuat implementasi strategi bisnis berhasil dari 67 responden yang menjawab pada kategori jawaban Selalu berjumlah 7

orang (10 %), kategori jawaban kadang-kadang berjumlah 30 orang (45 %) dan kategori jawaban tidak pernah berjumlah 30 orang (45 %),

### **Terkait Kemasan**

Tabel 8.

Tanggapan Responden tentang adanya bentuk kemasan dapat membantu dalam proses implementasi strategi bisnis yang baik

No	Kategori Jawaban	Frekwensi	Prosentase
1.	Selalu	30	45 %
2.	Kadang-kadang	30	45 %
3.	Tidak pernah	7	10 %
	Jumlah	67	100 %

Sumber Data : Hasil olahan data primer,2021

Tabel 8. tentang adanya bentuk kemasan dapat membantu dalam proses implementasi strategi bisnis yang baik dari 67 responden yang menjawab pada kategori jawaban selalu berjumlah 30 orang (45 %), kategori jawaban kadangkadang berjumlah 30 orang (45 %) dan kategori jawaban tidak pernah berjumlah 7 orang ( 10 %) 39

Tabel 9.

Tanggapan Responden tentang bentuk kemasan yang digunakan sehingga implementasi strategi bisnis dapat terlaksana dengan baik

No	Kategori Jawaban	Frekwensi	Prosentase
1.	Selalu	30	45 %
2.	Kadang-kadang	30	45 %
3.	Tidak pernah	7	10 %
	Jumlah	67	100 %

Sumber Data : Hasil olahan data primer,2021

Tabel 9. tentang bentuk kemasan yang digunakan sehingga implementasi strategi bisnis dapat terlaksana dengan baik dari 67 responden yang menjawab pada kategori jawaban selalu berjumlah 30 orang (45%), kategori jawaban kadang-kadang berjumlah 30 orang (45 %) dan kategori jawaban tidak pernah berjumlah 7 orang ( 10 %)

### **Peningkatan Kesejahteraan Pedagang Kaki Lima ( Variabel Terikat) Tingkat Pendapatan Keluarga**

Tabel 10.

Tanggapan Responden tentang tingkat pendapatan keluarga yang di peroleh dapat dikatakan merupakan suatu peningkatan kesejahteraan

No	Kategori Jawaban	Frekwensi	Prosentase
1.	Selalu	30	45 %
2.	Kadang-kadang	30	45 %
3.	Tidak pernah	7	10 %
	Jumlah	67	100 %s

Sumber Data : Hasil olahan data primer,2021

Tabel 10. tentang tingkat pendapatan keluarga yang di peroleh dapat dikatakan merupakan suatu peningkatan kesejahteraan dari 67 responden yang menjawab pada kategori jawaban Selalu berjumlah 30 orang ( 45 %), kategori jawaban kadang-kadang berjumlah 30 orang (45 %) dan kategori jawaban tidak pernah berjumlah 7 orang (10 %),

Tabel 11.  
Tanggapan Responden tentang tingkat pendapatan keluarga yang di peroleh dapat memenuhi kebutuhan hidup keluarga

No	Kategori Jawaban	Frekwensi	Prosentase
1.	Selalu	30	45 %
2.	Kadang-kadang	30	45 %
3.	Tidak pernah	7	10 %
	Jumlah	67	100 %

Sumber Data : Hasil olahan data primer,2021 41

Tabel 11. tentang tingkat pendapatan keluarga yang di peroleh dapat memenuhi kebutuhan hidup keluarga dari 65 responden yang menjawab pada kategori jawaban selalu berjumlah 30 orang (45 %), kategori jawaban kadangkadang berjumlah 30 orang (45 %) dan kategori jawaban Tidak pernah berjumlah 7 orang (10 %)

### **Tingkat Pendidikan Keluarga**

Tabel 12.

Tanggapan Responden tentang peningkatan kesejahteraan dapat memenuhi kebutuhan pendidikan keluarga

No	Kategori Jawaban	Frekwensi	Prosentase
1.	Selalu	40	60 %
2.	Kadang-kadang	20	30 %
3.	Tidak pernah	7	10 %
	Jumlah	67	100 %

Sumber Data : Hasil olahan data primer,2021

Tabel 12. tentang peningkatan kesejahteraan dapat memenuhi kebutuhan pendidikan keluarga dari 67 responden yang menjawab pada kategori jawaban selalu berjumlah 40 orang (60 %), kategori jawaban kadang-kadang berjumlah 20 orang (30 %) dan kategori jawaban tidak pernah berjumlah 7 orang (10 %) 42

Tabel 13.

Tanggapan Responden tentang tingkat pendidikan keluarga yang di peroleh dapat dikatakan suatu peningkatan kesejahteraan.

No	Kategori Jawaban	Frekwensi	Prosentase
1.	Selalu	7	10 %
2.	Kadang-kadang	30	45 %
3.	Tidak pernah	30	45 %
	Jumlah	67	100 %s

Sumber Data : Hasil olahan data primer,2021

Tabel 13. tentang tingkat pendidikan keluarga yang di peroleh dapat dikatakan suatu peningkatan kesejahteraan, dari 67 responden yang menjawab pada kategori jawaban Selalu berjumlah 7 orang (10 %), kategori jawaban kadang-kadang berjumlah 30 orang (45 %) dan kategori jawaban tidak pernah berjumlah 30 orang (45 %)

### Tingkat Kesehatan Keluarga

Tabel 14.

Tanggapan Responden tentang hubungan antara tingkat kesehatan keluarga dengan peningkatan kesejahteraan

No	Kategori Jawaban	Frekwensi	Prosentase
1.	Selalu	40	60 %
2.	Kadang-kadang	20	30 %
3.	Tidak pernah	7	10 %
	Jumlah	67	100 %

Sumber Data : Hasil olahan data primer,2021

Tabel 14. tentang hubungan antara tingkat kesehatan keluarga dengan peningkatan kesejahteraan dari 67 responden yang menjawab pada kategori jawaban selalu berjumlah 40 orang (60 %), kategori jawaban kadang-kadang berjumlah 20 orang (30 %) dan kategori jawaban Tidak pernah berjumlah 7 orang (10 %)

Tabel 15.

Tanggapan Responden tentang tingkat kesehatan keluarga yang di peroleh, peningkatan kesejahteraan tercapai dengan baik

No	Kategori Jawaban	Frekwensi	Prosentase
1.	Selalu	40	60 %
2.	Kadang- kadang	20	30 %
3.	Tidak pernah	7	10 %
	Jumlah	67	100 %

Sumber Data : Hasil olahan data primer,2021

Tabel 15. tentang tingkat kesehatan keluarga yang di peroleh, peningkatan kesejahteraan tercapai dengan baik dari 67 responden yang menjawab pada kategori jawaban selalu berjumlah 40 orang (60 %), kategori jawaban kadang-kadang berjumlah 20 orang (30 %) dan kategori jawaban tidak pernah berjumlah 7 orang (10 %) 44

**Implementasi strategi Bisnis ( Variabel Bebas) pada pemasaran.**

Berdasarkan hasil penyajian data pada tabel 4. tentang pemasaran yang baik dapat mendukung proses suatu implementasi strategi Bisnis, responden yang menjawab dominan pada kategori jawaban sesuai adalah sebanyak 50 responden atau (75 %). Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa pemasaran yang baik dapat mendukung proses suatu Implementasi Startegi Bisnis adalah sesuai. Hal ini menunjukkan bahwa apabila ingin mewujudkan suatu Implementasi Strategi Bisnis yang baik maka kegiatan pemasaran pun harus dilakukanakan dengan baik.

Berdasarkan hasil penyajian data pada tabel 5. tentang Pemasaran dapat mewujudkan suatu implementasi strategi bisnis yang sesuai dengan tujuan yang hendak di capai responden menjawab dominan pada kategori jawaban selalu adalah sebanyak 30 responden atau (45 %) dan responden yang menjawab kategori jawaban kadangkadang adalah sebanyak 30 responden atau ( 45 %). Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa pemasaran dapat mewujudkan suatu Implementasi Strategi Bisnis yang sesuai dengan tujuan yang hendak di capai adalah seimbang. Hal ini menunjukkan bahwa terkadang kegiatan pemasaran yang dilakukan walaupun telah di buat secara baik namun belum menjamin adanya suatu implementasi strategi bisnis.

**Terkait Price ( Harga )**

Berdasarkan hasil penyajian data pada tabel 6. tentang harga yang ditetapkan sehingga implementasi strategi bisnis dapat terwujud bahwa responden menjawab dominan pada kategori jawaban selalu adalah sebanyak 30 responden atau ( 45 %) dan responden yang menjawab dominan pada kategori kadang-kadang adalah sebanyak 30 responden ( 45 %). Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa dengan harga yang ditetapkan maka implementasi strategi bisnis dapat tercapai adalah seimbang. Hal ini menunjukkan bahwa terkadang walaupun telah ada penetapan harga yang ditetapkan namun implmentasi strategi bisnis belum bisa di katakan berhasil karena bisa dipengaruhi oleh konsumen.yang bervariasi.

Berdasarkan hasil penyajian data pada tabel 7. tentang harga yang ditawarkan dapat membuat implementasi strategi bisnis berhasil, responden menjawab dominan pada kategori jawaban kadang-kadang adalah sebanyak 30 responden atau (45 %) dan responden yang menjawab tidak sesuai adalah sebanyak 30 responden atau ( 45 %). Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa dengan adanya harga yang ditawarkan dapat membuat implementasi strategi bisnis berhasil adalah seimbang. Hal ini menunjukkan bahwa terkadang dengan adanya penetapan harga pada suatu Produk belum menjamin dapat tercapainya implementasi strategi bisnis yang diinginkan karena bisa saja di pengaruhi oleh selera atau keinginan dari konsumen atas suatu jenis produk.

**Sedangkan Kemasan**

Berdasarkan hasil penyajian data pada tabel 8. tentang adanya bentuk kemasan dapat membantu dalam proses implementasi strategi bisnis yang baik, responden menjawab dominan pada kategori jawaban sesuai adalah sebanyak 30 responden atau (45 %) dan responden yang menjawab kategori jawaban kadang-kadang adalah sebanyak 30 responden atau ( 45 %). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa bentuk kemasan pada suatu produk dapat membantu proses implementasi strategi bisnis yang baik adalah seimbang. Hal ini menunjukkan bahwa bentuk kemasan yang ada pada suatu produk belum menjamin kualitas dari produk itu sendiri sehingga mengakibatkan implementasi strategi bisnis belum dikatakan dapat berjalan dengan baik.

Berdasarkan hasil penyajian data pada tabel 9. tentang bentuk kemasan yang digunakan sehingga implementasi strategi bisnis dapat terlaksana dengan baik,

responden menjawab dominan pada kategori jawaban selalu sebanyak 30 responden atau ( 45 %) dan responden yang menjawab kategori jawaban kadang-kadang adalah sebanyak 30 responden atau (45 %). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa bentuk kemasan yang digunakan untuk suatu produk agar implementasi strategi bisnis terlaksana dengan baik adalah seimbang. Hal ini menunjukkan bahwa belum semua penjual / produsen mengetahui bagaimana membuat suatu bentuk kemasan yang baik untuk suatu produknya agar terlihat menarik yang kemudian dapat membuat konsumen untuk mengkonsumsi produk tersebut. 2. Peningkatan Kesejahteraan Pedagang Kaki Lima ( Variabel Terikat)

### **Tingkat Pendapatan Keluarga**

Berdasarkan hasil penyajian data pada tabel 10. tentang tingkat pendapatan keluarga yang di peroleh dapat dikatakan merupakan suatu peningkatan kesejahteraan, responden menjawab dominan pada kategori jawaban selalu adalah sebanyak 30 responden atau ( 45 %) dan responden yang menjawab pada kategori jawaban kadang-kadang adalah sebanyak 30 responden atau (45 %). Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa tingkat pendapatan keluarga dapat diperoleh dapat meningkatkan tingkat kesejahteraan adalah seimbang. Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya tingkat pendapatan keluarga tertentu belum menjamin menunjukkan tingkat kesejahteraan di sebabkan karena factor lain seperti belum puasnya manusia dalam memenuhi kebutuhannya.

Berdasarkan hasil penyajian data pada tabel 11. tentang tingkat pendapatan keluarga yang di peroleh dapat memenuhi kebutuhan hidup keluarga, responden menjawab dominan pada kategori jawaban selalu adalah sebanyak 30 responden atau (45 %) dan responden yang menjawab dominan pada kategori jawaban kadang-kadang adalah sebanyak 30 responden atau ( 45 %). Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa tingkat 48 pendapatan keluarga yang diperoleh dapat memenuhi kebutuhan hidup keluarga adalah seimbang. Hal ini menunjukkan bahwa belum semua tingkat kebutuhan hidup manusia tercapai dengan jumlah pendapatan yang ada. karena kebutuhan hidup manusia itu tidak tak terbatas.

### **Tingkat Pendidikan Keluarga**

Berdasarkan hasil penyajian data pada tabel 12. tentang peningkatan kesejahteraan dapat memenuhi kebutuhan pendidikan keluarga, responden menjawab dominan pada kategori jawaban selalu adalah sebanyak 40 responden atau ( 60 %). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa peningkatan kesejahteraan dapat memenuhi kebutuhan pendidikan adalah sesuai. Hal ini menunjukkan bahwa seseorang dikatakan sejahtera apabila kebutuhan akan pendidikannya tercapai dengan baik. Berdasarkan hasil penyajian data pada tabel 4.10 tentang tingkat pendidikan keluarga yang di peroleh dapat dikatakan suatu peningkatan kesejahteraan, responden menjawab dominan pada kategori jawaban kadang-kadang adalah sebanyak 30 responden atau ( 45 %) dan responden yang menjawab dominan pada kategori tidak pernah adalah sebanyak 30 responden atau ( 45 %). Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa tingkat pendidikan keluarga yang di peroleh dapat di katakan sebagai suatu peningkatan kesejahteraan adalah seimbang. Hal ini menunjukkan bahwa terkadang belum tentu apabila seseorang telah mencapai suatu tingkat pendidikan tertentu dapat dikatakan sejahtera karena manusia di katakan sejahtera apabila telah terpenuhi semua kebutuhan hidupnya.

### **Tingkat Kesehatan Keluarga**

Berdasarkan hasil penyajian data pada tabel 13. tentang hubungan antara tingkat kesehatan keluarga dengan peningkatan kesejahteraan, responden menjawab dominan pada kategori jawaban sesuai adalah sebanyak 40 responden atau ( 60 %). Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa hubungan antara kesehatan keluarga dengan peningkatan kesejahteraan adalah sesuai. Hal ini menunjukkan bahwa antara kesejahteraan dan kesehatan mempunyai hubungan sebab akibat. Manusia dapat dikatakan sejahtera apabila telah memenuhi tingkat kesehatan.

Berdasarkan hasil penyajian data pada tabel 14. tentang tingkat kesehatan keluarga yang di peroleh, peningkatan kesejahteraan tercapai dengan baik, responden menjawab dominan pada kategori jawaban selalu adalah sebanyak 40 responden atau ( 60 %). Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa tingkat kesehatan keluarga yang di peroleh maka peningkatan kesejahteraan tercapai dengan baik adalah sesuai. Hal ini menunjukkan bahwa apabila tingkat kesehatan keluarga tercapai maka tingkat kesejahteraan pun akan lebih baik.

### **KESIMPULAN**

Dari hasil penelitian yang dilakukan penulis dapat membuat beberapa kesimpulan dari indikator-indikator yang digunakan sebagai berikut : Dalam Implementasi strategi bisnis selalu di lakukan dengan kegiatan pemasaran untuk mencapai tujuan yang hendak di capai. Selain itu dalam Implementasi strategi bisnis factor harga juga merupakan salah satu factor dalam menentukan kegiatan pemasaran yang baik. Factor yang menunjang adalah bentuk kemasan dari suatu produk yang akan di tawarkan / di jual. Pada strategi Bisnis yang baik maka akan meningkatkan kesejahteraan keluarga, serta juga kebutuhan akan pendidikan dapat tercapai dan tingkat kesehatan akan terpenuhi.

Saran dari hasil penelitian ini agar dapat melaksanakan suatu implemenatsi strategi bisnis yang benar

perlu dilakukan kegiatan pemasaran yang lebih baik dan memperhatikan factor penentuan harga atas suatu produk juga harus lebih di perhatikan secara lebih baik. Selain itu perbaiki kemasan yang menarik agar konsumen tertatik untuk membeli atau mengkonsumsi produk tersebut.

### **DAFTAR PUSTAKA**

A Pearce II Jhon.Richard B. Robinson Jr.(2013).Manajemen StrategisFormulasi, Implementasi, dan Pengendalian, Terj. Nia Pramita Sari.Jakarta : Salemba Empat.

Abdul Wahab, Solichin. 2001. Analisis Kebijakan: Dari Formulasi ke Implementasi Kebijakan Negara. Jakarta: Rineka Cipta.

Abdullah, M. 2014. Manajemen dan Evaluasi Kinerja Karyawan. Yogyakarta : Penerbit Aswaja Pressindo.

Achmad Sanusi, Filsafat Pendidikan Islam, Jakarta PT. Bumi Aksara, Cetakan Pertama

Alfred, D. Chandler, Jr .1962. Strategy and Structure: Chapters in The History of The industrial Enterprise. Cambridge Mass: MIT Press

Assauri, Sofjan. 2013. Manajemen Pemasaran. Jakarta : Rajawali Pers

Cjiptono, Fandy,2007, Strategi Pemasaran, Edisi Pertama, Andi Offset Yogyakarta

- David, F. R. (2010). *Manajemen Strategi : Konsep*. Jakarta: Salemba Empat edisi 12
- David, Fred R. 2011. *Strategic Management : Concepts and Cases*. Edition 13th Pearson Education
- David, Fred R. 2011. *Strategic Management : Concepts and Cases*. Edition 13th Pearson Education
- Firdausy, C. (1995). *Model & Kebijakan Pengembangan Sektor Informal Pedagang Kaki Lima di Perkotaan*. Jakarta: Dewan Riset Nasional & Bappenas.
- Hadari Nawawi.2005.*Penelitian Terapan*.Yogyakarta:Gajah Mada University Press.
- Djamarah, Syaiful Bahri,2008, *Psikologi Belajar*, Jakarta,PT. Rineka Cipta
- Hariadi, Bambang, (2003). *Strategi Manajemen*, Bayumedia Publishing, Jakarta.
- Heri Sudarsono (2008), *Bank & Lembaga Keuangan Syari'ah*. Yogyakarta:
- Ekonisia. Cetakan ke-2. Istijanto, (2006), *Riset Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Bintarto. 1989. *Interaksi Desa Kota dan Permasalahannya*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- M. Iqbal Hasan, 2002, *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, Penerbit Ghalia Indonesia: Jakarta
- Nasikun. 1993. *Sistem Sosial Indonesia*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada
- Nazir, Moh,2005, *Metode Penelitian*, Ghalia Indonesia , Jakarta
- Pengertian Bisnis menurut para ahli, <http://www.apapengertianahli.com>. ( Diakses tanggal 3 Oktober 2015)
- Sugiyono, 2001. *Metode Penelitian*, Bandung: CV Alfa Beta.
- Sugiyono,2012, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung, CV. Alfa Beta
- Sugiyono, 2004, *Metode Penelitian*, Bandung, Alfabeta
- Sunarti E. 2012. *Tekanan Ekonomi dan Kesejahteraan Objektif Keluarga di Pedesaan dan Perkotaan*. Prosiding Seminar Hasil-Hasil Penelitian IPB. Bogor [ID]: LPPM.
- Suparmoko,M,1987,*Metode penelitian Praktis*,BPFE,Jogjakarta
- Suyono & Hariyanto. 2015. *Implementasi Belajar & Pembelajaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Tjiptono, Fandy. 2010, *Strategi Pemasaran*, Edisi 2, Andi Offset, Yogyakarta
- Undang-undang No.11 Tahun 2009 Tentang Kesejahteraan
- Undang-undang RI Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah.
- Wheelen, Thomas L dan Hungger, J. Davis, (1995), *Strategic Management and Bussiness Policy*, Singapore, Addison Wessley.
- Andi Seruji,2011, "Kolom Kemiskinan dan Politik Orang Miskin" dalam Kompas tanggal 29 Januari

- Didik Rachbini,2010, Kemiskinan dan Politik Ekonomi dalam Media Indonesia, tanggal 12 Januari.
- Firdaus, Muhammad & Agus Susuanto, 2020, Perkoperasian, Sejarah,Teori & Praktek, Ghalia Indonesia,Jakarta
- Kartasapoetra,G,dkk,1987,Koperasi Indonesia,Bina Aksara,Jakarta
- Lipset SM,1991,” Pembangunan Ekonomi dan Demokrasi “ dalam arus pemikiran Ekonomi Politik, (Amir Effendi,Ed),1991,Jogjakarta,Tiara kencana
- Nazir,Moh,2005,Metode penelitian, Ghalia Indonesia,Jakarta
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No.33 Tentang Modal penyertaan pada Koperasi,Citra Umbara,Bandung
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No.9 Tentang Pelaksanaan Kegiatan Usahawan simpan pinjam Koperasi,Citra Umbara,Bandung
- Reksohadiprodo, Sukamto,1990, Manajemen Koperasi, BPFE, Jogjakarta
- Suparmoko,M,1987,Metode penelitian Praktis,BPFE,Jogjakarta
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian,Citra Umbara,Bandung