

Peningkatan Pendapatan melalui Aplikasi Ciblon oleh Pedagang Kaki Lima

Linda Selviani^{1*}, Amar Baharuddin Fadli², Mahfud Rivai³

- ¹ Universitas Terbuka; lndselv29@gmail.com
 - ² Universitas Terbuka; fadliamarbaharudin@gmail.com
 - ³ Universitas Terbuka; rivaispidey1@gmail.com
- * Korespondensi

Kata Kunci	Abstrak
Aplikasi Ciblon Pedagang Kaki Lima; Pendapatan.	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi inovasi yang digunakan oleh pedagang kaki lima untuk meningkatkan pendapatan, menganalisis efektivitas aplikasi Ciblon (Cilacap Belanja Online) untuk mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dan memberdayakan pedagang kaki lima. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teknik sampling pada penelitian ini menggunakan <i>purposive sampling</i> , sedangkan pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi, dan diskusi kelompok terfokus (FGD) dengan memberikan kuesioner kepada 10 orang responden. Uji keabsahan data dilakukan dengan triangulasi untuk selanjutnya dilakukan analisis secara mendalam dengan menggunakan analisis data model interaktif dan disajikan secara deskriptif. Hasil penelitian menunjukan bahwa strategi peningkatan pendapatan oleh pedagang kaki lima dilakukan dengan berbagai cara yaitu pengembangan produk, peningkatan kualitas pelayanan, pemasaran, kemitraan, pemanfaatan platform digital, dan pengembangan aplikasi Ciblon. Selain itu, penelitian ini juga mengidentifikasi kendala seperti kurangnya pengetahuan digital dan terbatasnya perangkat yang memadai menjadi faktor penghambat. Studi ini menyimpulkan bahwa aplikasi Ciblon memiliki potensi besar dalam memberdayakan pedagang kaki lima, namun perlu didukung dengan program pelatihan dan sosialisasi yang lebih intensif sehingga dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan mereka.
Keywords Ciblon App; Street Vendors; Revenue.	Abstract This study aims to determine the innovation strategies used by street vendors to increase income, analyze the effectiveness of the Ciblon (Cilacap Online Shopping) application to support local economic growth and empower street vendors. This research is classified as a qualitative approach and the type of research is a case study. The sampling technique in this study used purposive sampling, while data collection was carried out by interview, observation, and focus group discussion or known as FGD by giving questionnaires to 10 (Ten) respondents. The data validity test was carried out by triangulation and then analyzed in depth using an interactive data analysis model and presented descriptively. The results showed that the strategy of increasing income by street vendors was carried out in various ways, namely product development, improving service quality, marketing, partnerships, utilizing digital platforms, and developing the Ciblon application. In addition, this study also identified obstacles such as lack of digital knowledge and limited adequate devices as inhibiting factors. This study concludes that the Ciblon app has great potential in empowering street vendors, but it needs to be supported with more intensive training and socialization programs so as to increase their income and welfare.

This is an open access article under the [CC BY-SA license](#).

Sitasi:
Selviani, L., Fadli, A. B., Rivai, M. (2024). Peningkatan Pendapatan melalui Aplikasi Ciblon oleh Pedagang Kaki Lima. *Jurnal Intelektualita: Keislaman, Sosial Dan Sains*, 13(2).

1. PENDAHULUAN

Pedagang kaki lima atau yang sering disebut PKL merupakan kelompok usaha mikro yang selalu eksis. Keberadaan PKL sangat diperlukan dalam roda kehidupan ekonomi masyarakat kecil karena pada umumnya PKL menjual barang-barang yang dibutuhkan oleh konsumen menengah ke bawah, terutama yang berkaitan dengan makanan dan minuman (Khairullah et al, 2022). Meskipun menghadapi berbagai tantangan seperti keterbatasan modal, regulasi pemerintah, dan persaingan yang ketat, banyak PKL yang berhasil meningkatkan pendapatannya melalui inovasi. (Benius et al, 2024) menyatakan bahwa pendapatan merupakan semua penghasilan yang diperoleh dari pihak lain sebagai

tanda balas jasa yang diberikan Dimana penghasilan tersebut digunakan untuk memenuhi kebutuhan keluarga atau pribadi. Beberapa inovasi yang dilakukan para PKL untuk meningkatkan penghasilannya yaitu menarik pelanggan dengan menghadirkan produk atau menu yang unik, membuat branding yang kuat dan kemasan yang menarik untuk meningkatkan daya saing, memberikan pelayanan yang ramah, cepat, dan responsive untuk membangun loyalitas pelanggan, menjaga kebersihan dan memilih lokasi yang strategis serta ramai pengunjung untuk meningkatkan potensi penjualan, dan banyak dari PKL yang mendaftarkan usahanya di platform digital seperti penggunaan GrabFood, Gofood, ShopeeFood, dan terobosan baru dari Pemerintah Kota Cilacap yaitu hadirnya aplikasi Ciblon (Cilacap Belanja Online).

Aplikasi ini menjadi satu Langkah tepat dalam menghadapi era digitalisasi untuk mendukung Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai upaya memperluas jangkauan produk, meningkatkan pendapatan, dan mempermudah masyarakat dalam belanja produk-produk lokal. Penerapan strategi inovasi digital yang berhasil dapat menghasilkan beberapa hasil positif bagi pedagang kaki lima. Hal ini mencakup peningkatan efisiensi operasional, peningkatan jangkauan pasar, peningkatan keterlibatan pelanggan, manajemen biaya yang lebih baik, dan kelincahan yang lebih besar dalam menanggapi perubahan pasar (Triwijayati et al., 2023). Menggabungkan metode pemasaran offline dan online dapat menjadi langkah efektif dan strategi bertahan yang efisien bagi PKL. Singkatnya, PKL dapat meningkatkan pendapatannya dengan merangkul transformasi digital dan mengadopsi strategi inovatif untuk meningkatkan daya saing penjualan dan mendorong pertumbuhan di era digital (Triwijayati et al., 2023).

Meskipun teknologi digital menawarkan peluang yang sangat luas, Pedagang kaki lima (PKL) menghadapi tantangan serius dalam memanfaatkan teknologi digital. Tantangan PKL di Indonesia untuk berkembang menurut (Perekonomian et al., n.d.) adalah berkaitan dengan inovasi dan teknologi, literasi digital, produktivitas, legalitas atau perizinan, pembiayaan, branding, SDM, pemerataan pembinaan, pelatihan, dan fasilitasi. Fenomena yang terjadi banyak PKL yang masih enggan atau lambat dalam mengadopsi teknologi digital, mereka dalam zona nyaman beroperasi dengan cara tradisional, berjualan menggunakan gerobak di pinggir jalan atau bahkan berkeliling untuk menawarkan dagangannya, hal ini terjadi dikarenakan mereka tidak memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan teknologi digital, kebanyakan dari mereka tidak mengetahui cara mendaftar, mengelola aplikasi, bertransaksi secara online, dan memanfaatkan teknologi digital dengan optimal. permasalahan literasi digital menjadi tantangan kedua belah pihak baik pelaku PKL maupun konsumennya.

Literasi digital merupakan pengetahuan atau kecakapan untuk menggunakan media digital, alat-alat komunikasi, atau jaringan dalam menemukan, mengevaluasi, menggunakan, membuat informasi, dan memanfaatkannya secara bijak, cerdas, dan patuh hukum dalam rangka membina daya komunikasi dan interaksi dalam kehidupan (Zahiroh, 2022). Selain itu, ketersediaan sarana teknologi PKL untuk bertransformasi digital memang dinilai sudah cukup masif meskipun tidak semua pedagang kaki lima memiliki smartphone atau perangkat yang memadai untuk mengakses platform digital. Selain biaya perangkat, biaya kuota internet juga menjadi beban finansial bagi pedagang karena untuk mengakses platform digital juga memerlukan biaya transaksi internet yang cukup tinggi hal tersebut menjadi pertimbangan utama pedagang karena mengurangi keuntungan yang diperoleh.

Beberapa penelitian yang pernah dilakukan oleh Khairullah et al. (2022) menunjukkan bahwa strategi yang digunakan PKL yaitu dengan menjaga kualitas produk, penetapan harga produk yang sesuai, promosi, pemulihan tempat, dan pelayanan terbaik untuk pembeli. Selanjutnya, Penelitian yang

dilakukan oleh Darmawan et al. (2022) menemukan bahwa penurunan pendapatan drastis PKL di Alun-alun Lumajang akibat pandemi dapat bangkit dan bertahan dengan strategi memperluas pangsa pasar dengan menggunakan media sosial, membuat produk baru, serta kerja sama dengan PKL yang lain. Pada jurnal penelitian Masruriyah et al., (2024) mengungkapkan strategi yang dilakukan PKL di Gentala Arasy dengan menjaga kualitas produk seperti menjaga kebersihan dan cita rasa. Menurut penelitian dari Berlian (2024) menunjukkan bahwa salah satu strategi yang paling penting yaitu penggunaan teknologi, media sosial, aplikasi seluler, dan platform online untuk memperluas klien PKL selain itu melakukan kolaborasi pedagang saling bekerja sama dan menciptakan jaringan untuk mendukung satu sama lain dan berbagi pelanggan di era digital yang kompetitif ini. Terakhir, Wibowo et al., (2021) mengetahui pengaruh modal, lama usaha, Lokasi usaha, dan jam kerja terhadap pendapatan PKL ternyata berpengaruh positif terhadap pendapatan.

Dari hasil analisis terhadap lima artikel yang relevan dengan penelitian ini, menunjukkan bahwa banyak sekali strategi dan inovasi yang dilakukan PKL untuk meningkatkan daya saing dan pertumbuhan usaha mereka. Dibalik strategi tersebut tidak ditemukan alternatif penyelesaian atau solusi dalam proses pengembangannya dan belum mampu meningkatkan pendapatan pedagang saat ini. Hasil observasi kepada PKL yang berada di Kawasan Kota Alun-alun Cilacap penghasilan mereka dalam berjualan hanya cukup untuk kebutuhan makan sehari-hari, mereka memerlukan terobosan baru sebagai langkah efektif untuk meningkatkan pendapatan mereka. Untuk itu, diperlukan solusi dan inovasi khusus seperti hadirnya aplikasi Ciblon yang diperkirakan memiliki potensi besar dalam memberdayakan pedagang kaki lima. Oleh karena itu dalam penelitian ini akan membahas peranan aplikasi Ciblon sebagai inovasi peningkatan pendapatan dan menganalisis mengenai hubungan antara penggunaan fitur-fitur aplikasi, karakteristik pedagang, dan peningkatan pendapatan.

2. METODE

Pendekatan penelitian kualitatif digunakan dalam penelitian ini yang artinya studi pendahuluan yang dilakukan dapat menentukan fokus penelitian selanjutnya dan merumuskan masalah penelitian, dengan menggunakan jenis penelitian studi kasus atau penelitian empiris yang menyelidiki gejala-gejala di kehidupan nyata (Wijaya, 2019). Penelitian ini dilakukan pada bulan Juni – September 2024 di Kawasan Kota Cilacap. Teknik sampling pada penelitian ini menggunakan purposive sampling, sedangkan pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi, dan diskusi kelompok terfokus atau dikenal dengan istilah FGD dengan memberikan kuesioner kepada 10 (Sepuluh) orang responden. Uji keabsahan data dilakukan dengan triangulasi untuk selanjutnya dilakukan analisis secara mendalam dengan menggunakan analisis data model interaktif dan disajikan secara deskriptif.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan pada hasil wawancara dalam diskusi kelompok terfokus kepada sampling 10 orang pedagang kaki lima di Kawasan Kota Cilacap menunjukkan bahwa kebanyakan menggunakan strategi peningkatan inovasi ekonomi berupa :

1. Pengembangan produk. Pengembangan produk pada PKL merupakan langkah strategis dalam membuat perdagangan mereka menarik dan kompetitif. Upaya yang dilakukan antara lain memanfaatkan potensi bahan baku lokal untuk menciptakan produk yang unik atau menciptakan variasi baru dari produk yang sudah ada, menggabungkan kuliner tradisional dengan tren kekinian, membuat kemasan yang praktis dan menarik untuk meningkatkan daya tarik penjualan.

2. Peningkatan kualitas pelayanan. Meningkatkan standar pelayanan yang diberikan kepada PKL akan secara signifikan mempengaruhi retensi pembeli dan meningkatkan reputasi mereka. Selain tersenyum, ramah, dan menyapa dengan sopan pelanggan, pedagang juga perlu menjaga penampilan yang bersih dan rapi serta selalu menjaga kebersihan lingkungan area tempat berjualan, menjaga kehygienisan makanan, serta kecepatan pelayanan dalam proses persiapan dan penyajian makanan kepada pelanggan.
3. Pemasaran. Dalam industri yang semakin kompetitif, pedagang kaki lima harus menggunakan pemasaran yang kreatif untuk menarik pelanggan. Memperkenalkan barang melalui branding dan promosi di media sosial untuk memperkenalkan produk agar semakin luas dikenal oleh masyarakat, mengikuti event-event kuliner untuk memperluas jangkauan pasar, dan memberikan kartu member atau diskon kepada pelanggan setia sebagai bentuk loyalitas terhadap pelanggan.
4. Kemitraan. Peran kemitraan sangat penting agar pedagang kaki lima dapat memperluas penjualan mereka secara lebih efektif dan memiliki akses ke sumber daya, pengetahuan, serta jaringan yang luas. Melakukan kerja sama dengan pelaku usaha lainnya untuk menciptakan komunitas, asosiasi, dan koperasi. Juga melakukan kerja sama dengan pemerintah daerah untuk mendapatkan dukungan, perizinan, pelatihan, dan promosi.
5. Pemanfaatan platform digital. Melalui penggunaan teknologi, platform digital memberi pedagang kaki lima akses pasar yang lebih luas, mempermudah promosi barang dan jasa mereka secara lebih efektif dan efisien. Selain itu, ketersediaan platform pembayaran digital memfasilitasi pelanggan untuk transaksi online secara mudah yang meningkatkan kemungkinan terjadi pembelian. Platform digital berfungsi sebagai platform bagi mereka untuk meningkatkan branding barang atau jasa yang mereka sediakan dan tidak diragukan lagi tentu membantu dalam pengembangan identitas merek yang khas dan kuat sehingga lebih mudah diingat. Ada banyak platform digital yang cocok untuk pedagang kaki lima dalam memperluas jangkauan pasar, peningkatan penjualan, dan mengembangkan bisnisnya. Media sosial dengan berbagai fitur yang menampilkan visual produk mereka tentu akan sangat menarik pembeli, apalagi dengan konten yang kreatif dan mengundang perhatian. Instagram, Facebook, Tiktok menjadi platform digital yang marak digunakan untuk mereka dalam menampilkan produk, promosi, dan berinteraksi dengan pelanggan. Selain itu, ada juga marketplace yang tidak kalah populer yaitu shopee food, goFood, GrabFood yang biasanya digunakan pelanggan untuk memesan makanan favorit mereka dari berbagai pilihan restoran hanya melalui aplikasi saja
6. Pengembangan Aplikasi Ciblon untuk Pedagang Kaki Lima. Pemerintah Kabupaten Cilacap melalui Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi Usaha Kecil dan Menengah (DPKUKM) Kabupaten Cilacap telah meluncurkan aplikasi Ciblon untuk mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dan memberdayakan UMKM. Ciblon akronim dari Cilacap Belanja Online, suatu platform digital yang dirancang khusus membantu pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Cilacap untuk mempromosikan dan menjual produknya secara online.

Analisis sebelumnya banyak telah meneliti strategi-strategi apa saja yang digunakan oleh pedagang kaki lima untuk meningkatkan penghasilannya baik secara online maupun offline. Adapun analisis temuan penelitian ini yaitu lebih berfokus pada peningkatan pendapatan melalui aplikasi Ciblon (Cilacap Belanja Online) oleh pedagang kaki lima di wilayah Kota Cilacap sebagai salah satu terobosan khusus untuk para PKL memasarkan produknya dan memperkenalkan produk lokal kepada khalayak umum. Bagaimanapun pedagang kaki lima akan berusaha untuk membuat usahanya laku terjual, selain menerapkan strategi inovasi berupa menciptakan produk dengan kualitas yang baik serta

unik, promosi dan branding yang kuat terhadap masyarakat, pelayanan yang ramah, cepat, dan bersih, memilih lokasi yang strategis dan memilih ikut sebagai pengguna platform online agar bisa terhubung dengan spektrum pelanggan yang lebih luas. Pemerintah daerah Cilacap berupaya mendukung dan membantu para PKL untuk bisa memiliki daya saing dan memperluas jangkauan pemasarannya. Oleh karena itu, Pemda Cilacap menciptakan aplikasi Ciblon (Cilacap Belanja Online) mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dan memberdayakan Pedagang Kaki Lima.

Pada Aplikasi Ciblon terdapat daftar kategori penjualan seperti Agrobisnis, kerajinan, jasa, kuliner, otomotif, fashion, teknologi, makanan ringan, bahan makanan. Minuman, dan produk herbal. Dan administrator aplikasi ini dikelola oleh DPKUKM. Diharapkan memang aplikasi ini menjadi solusi yang tepat guna dimana penggunaanya dapat mempromosikan dan mengelola bisnisnya agar dapat meningkatkan penjualan sekaligus membantu UMKM agar bisa berkembang dan tumbuh sehingga angka pengangguran jadi turun. Kehadiran Aplikasi Ciblon dapat membawa multi efek yang akan berimbas pada meningkatnya taraf hidup masyarakat di Cilacap. Namun sayangnya, aplikasi ini perlu pengembangan lebih lanjut dan tentu membutuhkan anggaran yang besar dari Pemerintah.

Kuesioner diambil dari sampel 10 (Sepuluh) orang PKL dari Kawasan Alun-alun Kabupaten Cilacap. Variabel utama yaitu pemahaman hukum dengan uraian berupa kemampuan para pedagang kaki lima untuk mengoperasikan aplikasi Ciblon. Indikator berupa pemahaman, persepsi, dan pengalaman pengguna. Penilaian skor dari 1 sampai 3 untuk setiap poin pilihan paham, kurang paham, dan tidak paham.

Tabel 1. Hasil kuesioner pretest dan post test pada Focus group discussion

Uraian	Jawaban	Pretest	Post test
Pemahaman pedagang kaki lima terhadap upaya Pemerintah daerah Kabupaten Cilacap dalam melakukan peningkatan inovasi ekonomi kepada para pedagang kaki lima sebagai contoh adanya aplikasi Ciblon (Cilacap Belanja Online)	Paham	20 %	90 %
	Kurang paham	20 %	10 %
	Tidak paham	60 %	0 %

Berdasarkan hasil wawancara dan kuesioner, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi ketidakpahaman pedagang kaki lima terhadap inovasi ekonomi berupa aplikasi Cilacap Belanja Online (Ciblon). Pertama, sedikit pemahaman mereka tentang literasi digital menimbulkan tantangan bagi nyata untuk memanfaatkan platform dan aplikasi digital. Kedua, mungkin sulit bagi pedagang kaki lima untuk memahami teknologi yang lebih canggih karena mayoritas dari mereka berusia lebih tua dan memiliki pendidikan yang terbatas. Ketiga, pedagang kaki lima memiliki sedikit waktu mengikuti pelatihan dan mempelajari teknologi baru karena kesibukan berjualan setiap harinya. Oleh karena itu, sangat penting untuk mengadopsi strategi bimbingan dan sosialisasi yang tepat, seperti memimpin lokakarya singkat atau sesi sosialisasi interaktif dasar yang menunjukkan bagaimana memanfaatkan program Ciblon dan fitur-fitur yang ada aplikasi, kolaborasi dengan pihak lain seperti komunitas atau pimpinan asosiasi dan lembaga keuangan juga perlu ditingkatkan untuk mendukung pengembangan usaha mereka.

4. KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa banyak strategi-strategi yang dilakukan oleh pedagang kaki lima untuk meningkatkan pendapatan seperti pengembangan produk, peningkatan kualitas pelayanan, pemasaran, kemitraan, pemanfaatan platform digital, dan efektivitas aplikasi Ciblon (Cilacap Belanja

Online) sebagai salah satu strategi khusus yang berpotensi besar untuk mendorong perekonomian lokal. Keterbatasan penelitian adalah jumlah pedagang kaki lima yang menjadi sampel penelitian terbatas dan data mengenai pendapatan pedagang sebelum dan sesudah menggunakan aplikasi ciblon belum lengkap karena dalam fitur-fitur aplikasi ciblon masih dalam tahap pengembangan, aplikasi ini belum bisa merekap keseluruhan proses transaksi yang dilakukan PKL karena sistem pembelian langsung diarahkan ke nomor whatsapp penjual dan transaksi tidak dilakukan melalui aplikasi melainkan transfer secara mandiri antara PKL dengan pembeli.

DAFTAR PUSTAKA

- Benius et al. (2024). Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, vol 7 no 1.
- Berlian. (2024). Pedagang Kaki Lima di Desa Lolong Kabupaten Pekalongan Sebagai Studi Kasus Strategi Bertahan Hidup Pedagang Kaki Lima di Era Digital. *Jurnal Sahmiyya*, Vol 3 No 3.
- Darmawan et al. (2022). Strategi Peningkatan Pendapatan Pedagang Kaki Lima Di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Inovasi Penelitian*, Vol.2 No.9.
- Khairullah et al. (2022). Strategi Pedagang Kaki Lima Dalam Meningkatkan Pen. *Jurnal Manajemen Dan Penelitian Akuntansi (JUMPA)*, Vol. 15, No. 2,.
- Masruriyah, A., Nazori, M., & Ifazah, L. (2024). Strategi Pemasaran pada Pedagang Kaki Lima Gentala Arasy Jambi Pasca COVID-19. *Al-DYAS*, 3(2), 725–739. <https://doi.org/10.58578/aldyas.v3i2.2988>
- Perekonomian, B., Menjaga, ", Melalui, R., & Struktural, T. (n.d.). *Kementerian Koordinator Outlook Perekonomian Indonesia*.
- Triwijayati, A., Paulus Luciany, Y., Novita, Y., Sintesa, N., & Zahrudin, A. (2023). Strategi Inovasi Bisnis untuk Meningkatkan Daya Saing dan Pertumbuhan Organisasi di Era Digital Article Info ABSTRAK. In *Jurnal Bisnis dan Manajemen West Science* (Vol. 2, Issue 03).
- Wibowo, A. F. F., Kaukab, M. E., & Putranto, A. (2021). Pendapatan Pedagang Kaki Lima Dan Faktor Yang Mempengaruhi. *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 2(2), 206–216. <https://doi.org/10.32500/jebe.v2i2.1735>
- Wijaya, H. (2019). *Metode-Metode Penelitian Dalam Penulisan Jurnal Ilmiah Elektronik*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/dw7fq>
- Zahiroh, M. Y. (2022). Peluang Dan Tantangan Transformasi Digital Umkm Di Indonesia Pasca Pandemi Covid-19. In *Journal of Economics and Social Sciences (JESS)* (Vol. 1, Issue 2).