

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh masalah kemiskinan, sebagian besar masyarakat mencari upaya untuk menanggulangnya diantaranya menjadi pedagang kaki lima. Fenomena Pedagang Kaki Lima merupakan suatu imbas karena semakin banyak jumlah rakyat miskin di Indonesia, Pedagang Kaki Lima tidak memiliki kemampuan pendidikan yang memadai dan tidak memiliki tingkat pendapatan ekonomi yang baik serta tidak adanya lapangan pekerjaan yang tersedia buat mereka, sehingga untuk memenuhi kebutuhan pokok sehari-hari dan untuk membiayai keluarga mereka hanya bisa berdagang di kaki lima. Tujuan penelitian ini adalah, Untuk Mengetahui dan Menganalisis : 1) Kondisi sosial Pedagang kaki lima di Pasar Gasibu Kota Bandung. 2) Kondisi Ekonomi Pedagang kaki lima di Pasar Gasibu Kota Bandung. 3) Hambatan-hambatan pedagang kaki lima dalam mengembangkan usahanya. 4) Faktor pendukung pedagang kaki lima dalam mengembangkan usahanya. Metode dalam penelitian ini adalah Deskriptif Kualitatif, Unit analisis yang peneliti ambil pedagang kaki lima yang berada di pasar Gasibu Kota Bandung. Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *Non Probability Sampling* dengan tipe teknik *Purposive Sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kondisi sosial pedagang kaki lima di Pasar Gasibu Kota Bandung cukup baik. Hal ini dilihat dari umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pekerjaan, prestise/kemampuan dan sosialisasi dengan lingkungan sesama pedagang kaki lima. Kondisi Ekonomi Pedagang Kaki lima di Pasar Gasibu Kota Bandung memiliki kondisi ekonomi yang cukup memadai dapat dilihat dari segi pendapatannya yang mampu memenuhi kebutuhannya sehari-hari seperti kebutuhan sandang, pangan dan papan. Faktor penghambat informan dalam mengembangkan usahanya yaitu kurangnya modal usaha, faktor cuaca dan faktor oknum preman yang terlalu banyak meminta uang iuran keamanan dan sebagainya. Faktor pendukung informan dalam mengembangkan usahanya yaitu bahwa masing-masing informan memiliki tempat yang strategis untuk berjualan, dan memiliki kreativitas, inovasi yang baru dalam mengembangkan usahanya.

Kata kunci: Kondisi sosial, Kondisi ekonomi, Pedagang kaki lima

ABSTRACT

This research is motivated by with the problem of poverty, most people are looking for efforts to overcome them, including becoming street vendors. The phenomenon of street vendors is an impact because of the increasing number of poor people in Indonesia, street vendors do not have adequate educational skills and do not have a good level of economic income and there are no jobs available for them, so as to meet their basic daily needs days and to support their families can only trade on the sidewalk. The purpose of this research is, To Know and Analyze: 1) The social conditions of street vendors in Gasibu Market, Bandung City. 2) Economic Conditions of street vendors at Gasibu Market, Bandung City. 3) Barriers to street vendors in developing their business. 4) Supporting factors for street vendors in developing their business. The method in this research is descriptive qualitative, the unit of analysis that researchers take street vendors who are in the Gasibu market, Bandung city. The sample technique used in this research is the *Non Probability Sampling* technique with the type of technique *purposive sampling*. The results of the research show that the social conditions of street vendors at Gasibu Market, Bandung City are quite good. This can be seen from age, gender, education level, occupation, prestige / ability and socialization with fellow street vendors. Economic conditions of street vendors at the Gasibu Market, Bandung City, have an adequate economic condition, which can be seen from the perspective of their income which is able to meet their daily needs such as clothing, food and shelter needs. Inhibiting factors for informants in developing their businesses are lack of business capital, weather factors and factors of thugs who ask too much security fees and so on. The supporting factors for informants in developing their business are that each informant has a strategic place to sell, and has creativity, new innovations in developing his business.

Keywords: Social conditions, Economic conditions, Street vendors