

## PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP MARAKNYA PEDAGANG KULINER BERMOTOR DI KAWASAN RENON, DENPASAR

I Gusti Ayu Ari Agustini<sup>1</sup>, Nelsye Lumanauw<sup>2</sup>  
Politeknik Internasional Bali  
Jl. Pantai Nyanyi, Tabanan, Bali  
ari.agustini@pib.ac.id<sup>1</sup>, nelsye.lumanauw@pib.ac.id<sup>2</sup>

### Abstrak

Perkembangan usaha kuliner di masa pandemi, terlihat dari maraknya pedagang yang berjualan di pinggir jalan raya. Pemanfaatan area pinggir jalan ini adalah alternatif yang cukup menjanjikan bagi pelaku usaha kuliner. Tujuan penelitian yaitu untuk menganalisis persepsi masyarakat terhadap maraknya pedagang kuliner bermotor di Kawasan Renon, Denpasar. Menggunakan metode deskriptif kualitatif. Data sekunder diperoleh dari studi pustaka, dokumentasi, dan artikel. Data primer diperoleh dengan mewawancarai langsung pedagang kuliner bermotor dan masyarakat umum. Landasan teori yang digunakan dalam penelitian yaitu teori Persepsi Knobler. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden mendukung pedagang kuliner bermotor untuk tetap berjualan. Responden berharap agar pemerintah dapat memberikan alternatif lain yang tidak merugikan pihak pedagang maupun konsumen. Alternatif berjualan dengan kendaraan adalah suatu ide kreatif yang patut dicontoh dan dikembangkan lebih baik lagi kedepannya, tentu saja dengan menyesuaikan pada kebutuhan di masyarakat dan mengindahkan aturan tata tertib yang berlaku.

**Kata kunci:** Pedagang Kuliner Bermotor, Masyarakat, Persepsi

### Abstract

*The development of culinary businesses during the pandemic, can be seen from the rise of traders selling on the edge of the highway. Utilization of this roadside area is a promising alternative for culinary business actors. The purpose of the study was to analyze the public's perception of the rise of motorized culinary traders in the Renon area, Denpasar. Using qualitative descriptive methods. Secondary data obtained from literature studies, documentation, and articles. Primary data was obtained by directly interviewing motorized culinary traders and the general public. The theoretical basis used in this research is Knobler's Perception theory. The results showed that most of the respondents supported motorized culinary traders to keep selling. Respondents hope that the government can provide other alternatives that do not harm the traders and consumers. The alternative of selling with a vehicle is a creative idea that should be imitated and developed even better in the future, of course by adjusting to the needs of the community and heeding the applicable rules and regulations.*

**Keywords:** Motorized Culinary Traders, Society, Perception

## PENDAHULUAN

Kondisi pandemi yang melanda dunia berdampak pada berbagai bidang. Pada bidang usaha kuliner, banyak usaha restoran, cafe, maupun rumah makan yang gulung tikar. Ada juga yang tetap bertahan walau sepi pembeli. Ini dilakukan agar usaha yang dimiliki tetap bisa beroperasi sembari mencari alternatif dan melakukan kreativitas yang dapat menunjang jalannya usaha. Sedangkan disisi lain, para calon pelaku usaha baru khususnya di bidang kuliner meningkat tajam, hal ini dilihat dari antusiasme yang ditunjukkan yaitu meningkatnya varian produk kuliner lokal maupun mancanegara. Maraknya perdagangan usaha kuliner menjadi alternatif

tersendiri bagi masyarakat yang ingin mendapatkan penghasilan.

Pandemi menyadarkan banyak pihak agar tidak serta merta pasrah berdiam diri menunggu sesuatu yang belum pasti, tetapi adanya musibah ini banyak dimanfaatkan oleh orang-orang yang ingin maju dan tidak sekedar bergantung pada peran pemerintah saja. Secara online peningkatan usaha kuliner dapat dilihat dari ragam kuliner baik yang sejenis maupun baru yang bermunculan di media sosial maupun di aplikasi-aplikasi online yang menyediakan layanan penjualan makanan dan minuman. Sedangkan untuk penjualan offline dapat dilihat dari cepatnya pergantian kepemilikan usaha ataupun tempat usaha yang tidak mampu bertahan (tutup)

dengan usaha sejenis ataupun baru.

Selain itu, perkembangan usaha kuliner mudah dilihat dari semakin maraknya pedagang kuliner yang bertebaran di pinggir jalan raya yang memanfaatkan teras maupun halaman toko usaha lainnya. Pemanfaatan teras atau lahan parkir toko adalah alternatif yang cukup menjanjikan bagi pelaku usaha kuliner. Hal ini disampaikan oleh Soleh yang baru berjualan sekitar delapan bulan dengan menyewa lahan parkir di area pertokoan di Jalan Tukad Gangga. Soleh mengatakan dengan berjualan di teras-teras toko yang tutup, dirinya dapat menekan biaya sewa tempat bila dibandingkan harus menyewa sebuah toko permanen untuk berjualan.

Berjualan di emperan toko merupakan upaya lain dalam menjangkau konsumen. Selain itu juga didukung adanya persepsi yang telah tertanam dibenak masyarakat terhadap pedagang kuliner emperan. Persepsi terkait harga yang ditawarkan cenderung jauh lebih bersahabat dibandingkan usaha sejenis yang difasilitasi oleh sebuah toko atau bangunan permanen. Hanya saja diperlukan tenaga dan waktu extra lebih banyak dikarenakan kebutuhan buka dan tutup serta aktivitas persiapan lainnya yang harus dilakukan setiap kali berjualan. (Soleh, 15 September 2020).

Alternatif berjualan dengan memanfaatkan emperan toko yang tutup semakin digandrungi oleh masyarakat pelaku maupun calon pelaku usaha. Ini dapat dilihat dari berbagai jenis konsep berjualan yang digunakan, seperti berjualan dengan cara online maupun berjualan dengan memanfaatkan lokasi emperan, teras maupun lahan parkir toko. Salah satu alternatif berjualan yang juga terlihat sangat menonjol saat ini yaitu maraknya pedagang kuliner yang menggunakan kendaraan bermotor. Kendaraan yang dimaksud yaitu kendaraan roda empat seperti pick up, mobil box, dan berbagai jenis mobil pribadi lainnya. Ada juga yang memanfaatkan kendaraan roda dua untuk fasilitas berjualan.

Pedagang kuliner bermotor ini sebetulnya telah ada jauh sebelum musibah pandemi melanda Indonesia, khususnya Bali. Hanya saja keberadaannya saat itu terbatas dan terlokalisasi serta belum menjadi sebuah tren. Dilaksanakan tiap hari Minggu pagi mulai pk 05.00 sampai dengan pk 11.00 wita. Lokasinya ada di sebelah Barat lapangan Renon, Denpasar. Sedangkan untuk saat ini, pedagang kuliner bermotor sangat mudah ditemui, khususnya di seputaran kawasan Renon, Denpasar. Kendaraan yang digunakan juga cukup beragam, tidak lagi identik dengan

food truck yang pada umumnya digunakan, tapi lebih kepada pemanfaatan kendaraan yang dimiliki oleh pelaku usaha itu sendiri.

Menurut Agus salah satu pelaku usaha yang memanfaatkan kendaraannya untuk berjualan Kopi Duren, kegiatan berdagang dengan mobil ini dilakukan karena melihat adanya peluang yang cukup besar. Agus terinspirasi dari pedagang lainnya yang telah lebih dulu berjualan di seputaran kawasan Bajra Sandhi serta kawasan lainnya di seputaran Denpasar. Tidak hanya produk kuliner tapi begitu banyak produk lainnya yang dijual dengan menggunakan kendaraan pribadi. (Agus, pemilik usaha bermotor Kopi Duren, 15 September 2021).

Berdagang dengan memanfaatkan kendaraan pribadi ini ternyata cukup banyak menarik minat dan perhatian konsumen. Ada masanya konsumen jenuh dengan suasana yang itu-itu saja, dan ada masanya juga konsumen mulai berhitung dan mencari alternatif lainnya sehingga tidak hanya sekedar perut kenyang tapi juga sekaligus mendapatkan pengalaman baru dalam menikmati makanan dan minuman yang ditawarkan di tengah masa pandemi yang masih berlangsung hingga saat ini. Kecenderungan masyarakat (konsumen) yang senang dengan pengalaman dan suasana baru ini dimanfaatkan oleh para pelaku usaha kuliner bermotor.

Pedagang kuliner bermotor berusaha memenuhi ketertarikan dan kepuasan konsumennya dengan memperhatikan konsep interior mobil yang menarik, keramahan dan kecepatan dalam memberikan pelayanan, serta menu yang beragam, dengan tujuan dapat menciptakan persepsi baik dibenak konsumennya. Maraknya pedagang kuliner bermotor memberikan dampak tersendiri baik bagi masyarakat, pelaku usaha dan pemerintahan setempat. Bagi pelaku usaha pedagang bermotor, kegiatan berjualan yang dilakukan cukup positif berdampak dari sisi ekonomi. Kemudahan juga didapat karena dapat menekan biaya sewa, dan tidak diperlukan tenaga dan waktu yang banyak dalam persiapannya, serta mudah berpindah tempat.

Bagi masyarakat, cukup banyak yang memanfaatkan pedagang kuliner bermotor tersebut sehingga berpengaruh terhadap naiknya jumlah pedagang bermotor. Masyarakat merasakan manfaat dari segi waktu, biaya dan pengalaman berbelanja. Namun, tidak sedikit pula yang mengeluhkan keberadaan pedagang kuliner bermotor tersebut. Agung salah satu pengendara yang

selalu melewati lokasi parkir pedagang bermotor tersebut menyampaikan bahwa sering kali terdapat kendaraan konsumen yang parkir bebas di area jalan, sering berhenti mendadak persis di sebelah pedagang bermotor tanpa mengindahkan keamanan dan kenyamanan pengguna jalan lainnya.

Keluhan lainnya juga disampaikan oleh Putra, salah satu pemilik usaha kuliner yang menyewa lahan permanen. Putra menyampaikan bahwa maraknya pedagang bermotor berdampak pada usaha yang dijalankan, konsumen cenderung parkir seandainya di seputaran lokasi usahanya. Putra juga menyampaikan keluhan akan pajak penjualan yang tetap harus dibayarkan tetapi tidak begitu halnya dengan pedagang bermotor yang bebas pajak. (Agung dan Putra, 15 September 2021). Sedangkan bagi pemerintah, keberadaan pedagang bermotor sebetulnya telah diatur dalam Perda No. 1 Tahun 2015 tentang Ketertiban Umum, khususnya bagian keempat tentang tertib usaha, paragraf 1 tentang tertib berjualan bagi pedagang kuliner bermotor, pasal 22, 23 dan 24.

Melihat kondisi tersebut, penulis ingin mengetahui lebih dalam lagi terkait persepsi masyarakat terhadap maraknya pedagang kuliner bermotor khususnya di kawasan Renon, Denpasar.

## TINJAUAN PUSTAKA

Adapun penelitian terkait yang digunakan dalam proses penelitian ini yaitu, penelitian pertama berjudul "Persepsi Masyarakat Terhadap Pedagang kuliner bermotor di Kota Banda Aceh (Ismanidar, 2016)", yang kedua tentang "Analisis Dampak Peraturan Daerah No. 2 Tahun 2015 Tentang Larangan Bagi Pedagang kuliner bermotor (Pkl) Untuk Berjualan Di Taman Kota Dan Tempat Umum Serta Dampaknya Terhadap Minat Wisatawan Lokal Untuk Berkunjung Ke Lapangan Puputan Badun Di Denpasar, (Nyoman Surya Wijaya, 2015)", dan yang ketiga berjudul tentang Implementasi Kebijakan Penataan Pedagang kuliner bermotor (Studi pada Batu Tourism Center di Kota Batu), (Eka Evita, dkk., 2018)."

Masing-masing memiliki perbedaan tujuan, antara lain: untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi muncul dan bertambahnya pedagang kuliner bermotor. Untuk mengetahui dampak dikeluarkannya Perda No. 2 Tahun 2015 tentang larangan Pedagang kuliner bermotor (PKL) terhadap minat wisatawan lokal. Juga untuk mengetahui kebijakan penataan pedagang kuliner

bermotor, implementasinya, serta kendala yang dihadapi dalam implementasi kebijakan.

## METODE PENELITIAN

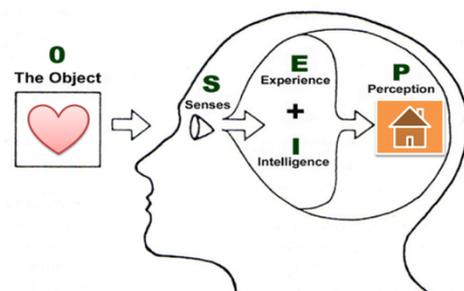
Data primer pada penelitian ini diperoleh dari hasil observasi baik itu pengamatan, pengukuran, dokumentasi langsung di lapangan dan data hasil wawancara dengan informan untuk mendapatkan informasi yang mendukung hasil penelitian meliputi berbagai hal yang berkaitan dengan pelaksanaan kegiatan pedagang kuliner bermotor. Sedangkan data sekunder dalam penelitian ini berupa studi pustaka dan artikel yang mendukung.

Dalam hal pengumpulan data penelitian digunakan metode observasi untuk mendapatkan data mengenai pelaksanaan kegiatan pedagang kuliner bermotor, interaksi antara konsumen (masyarakat) dengan pedagang, serta sarana dan prasarana yang digunakan. Kemudian dilakukan wawancara terstruktur untuk memperoleh data terkait jenis dan jumlah pedagang kuliner bermotor, dan data yang berkaitan dengan persepsi masyarakat terhadap maraknya pedagang kuliner bermotor. Metode berikutnya adalah metode dokumentasi untuk mengetahui informasi mengenai peraturan-peraturan terkait pedagang kuliner bermotor.

Selanjutnya data-data yang terkumpul dianalisis secara kualitatif, mulai dari pengamatan, melakukan analisis terhadap seluruh informasi yang diperoleh dari lapangan, membuat dan menyusun pembahasan, serta menarik kesimpulan dari seluruh hasil penelitian yang dilakukan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### HASIL



Gambar 1. Teori Persepsi Knobler  
*The Visual Dialogue* (1966)

Persepsi Knobler jika diaplikasikan ke dalam aktivitas pedagang kuliner bermotor, sebagai berikut.

Objek dipersepsi pertama kali melalui proses penginderaan atau *sense perception* yaitu mata. Objek yang dimaksud yaitu pemandangan yang terlihat yang ada disekitar, dalam hal ini adalah kendaraan pedagang kuliner bermotor yang digunakan untuk menjual produk makanan dan minuman. Mata menangkap dan merasakan (*senses*) gejala-gejala yang ada didepannya. Dalam hal ini masyarakat umum ketika melihat kendaraan pedagang bermotor, pikirannya bisa langsung terfokus pada produk-produk kuliner yang ditawarkan. Contoh lain yang dialami ketika masyarakat melihat/mengalami kemacetan di jalan raya. Imajinasinya langsung tertuju kepada kendaraan pedagang kuliner bermotor yang parkir di bahu jalan dikelilingi oleh konsumen dan kendaraan yang parkir sembarangan.

Tangkapan atau rekaman mata atas objek tersebut, sebelum sampai ke persepsi, dengan naluri perasaannya akan dianalisis oleh *experience* atau pengalaman dan *intelligence* atau kecerdasan yang dimiliki masyarakat. Pengalaman dan kecerdasan masyarakat yang akan menentukan percepatan dalam persepsi. Pengalaman berjualan atau mengolah makanan dan minuman, dapat menghasilkan persepsi yang cemerlang, apalagi jika didukung dengan kreativitas dalam melakukan eksperimen, inovasi dan modifikasi dalam menciptakan produk-produk baru.

Sedangkan faktor kecerdasan dapat diperoleh dari sumber pengetahuan (kognitif), perasaan (afektif) dan aktivitas fisik dan mental (psikomotor), ketiga sumber ini dapat menumbuhkan perhatian dan pengamatan yang serius terhadap objek. *Experience* dan *intelligence* adalah faktor-faktor peramu dalam menghasilkan persepsi. Bisa dikatakan sebagai pisau pembedah atau analisator ketika masyarakat melakukan persepsi melalui indra penglihatannya, sehingga bentuk ungkapan yang dikeluarkan akan menjadi entitas persepsi unik dan menarik dari sebuah objek.

## PEMBAHASAN

Persepsi masyarakat terhadap maraknya pedagang kuliner bermotor diperoleh dengan melakukan wawancara lapangan terhadap 50 orang masyarakat. Wawancara lapangan dilakukan kepada masyarakat yang ditemui di seputaran lokasi parkir pedagang kuliner bermotor, di area lapangan Bajra Sandhi, dan area acak seputaran Denpasar. Adapun hasil wawancara

tersebut dibuat rangkuman, sesuai dengan masing-masing pertanyaan yang telah disiapkan penulis, sebagai berikut.

Rata-rata dari hasil wawancara dominan menjawab pernah berbelanja 1-5 kali dalam satu bulan di pedagang kuliner bermotor di kawasan Renon, Denpasar. Hanya 11 orang menjawab tidak pernah, lima orang menjawab pernah 1-2 kali berbelanja dalam satu bulan.

Fajar mengatakan bahwa dirinya dapat dikatakan rutin berbelanja di pedagang kuliner bermotor. Hampir setiap akhir pekan datang bersama keluarga untuk menghabiskan waktu di pagi hari menikmati suasana area Bajra Sandhi. Selain itu, tujuan utama lainnya adalah menikmati kuliner yang ada disepertaran area. Tidak pernah bosan, karena ada cukup banyak pilihan yang ditawarkan. Bisa bergantian, bahkan bisa berbelanja langsung di beberapa pedagang. Anggota keluarga saya mempunyai selera yang berbeda-beda. Tapi kalau saya sendiri paling sering menikmati Mie Ayam Bakso Mas Wan. Sudah langganan semenjak jualan di Jl. Sudirman. Tapi semenjak Covid-19, abang baksunya juga berjualan disini.

Lain halnya cerita dari keluarga Sugeng asal Yogyakarta. Pak Sugeng sudah cukup lama tinggal di Denpasar. Untuk melepas kangen terhadap kuliner khas Yogya, selalu datang bersama keluarga ke kawasan Renon untuk menikmati sajian menu Gudeg Bu Yah. Pak Sugeng mengatakan bahwa harga yang ditawarkan Gudeg Bu Yah sesuai dan terjangkau. Untuk rasanya mantap seperti sedang berada di Yogya. Menu favorit Krecek Sapi dan Opor Ayam ditambah sambal yang nendang membuat saya selalu ingin nambah. Untuk saya tidak cukup 1 porsi, selalu nambah 1/2 porsi lagi. Pak Sugeng bahkan pernah menghubungi Pak Yah ketika mereka tidak ada di area mangkal biasanya. Karena terkadang area berjualan/parkir berpindah-pindah tempat. Pak Sugeng datang bisa lebih dari 5 kali dalam sebulan.

Untuk variasi menu yang ditawarkan masing-masing pedagang, rata-rata mendapat respon positif. Dari sepuluh pedagang kuliner bermotor, hampir seluruhnya memberikan pilihan menu yang beragam. Untuk kuliner Nasi Gudeg Yogya Bu Yah, Lontong Sayur, Bakso dan Mie Ayam Ceker, Wheel Brews, Martabak Terang Bulan Sabar Menanti, Nasi Ayam Semarang, Kopi Duren, Mente Almond, dan Nasi Pecel Bu Win menyajikan aneka pilihan menu yang dapat memenuhi selera konsumen yang beragam. Hanya Es Cendol Keraton yang memiliki 1 menu. Menurut Mas Kholik pedagang Es Cendol Keraton, tidak

adanya pilihan menu memudahkan dalam proses penjualan, khususnya saat ramai pembeli. Cukup menyapa dan bertanya order berapa Bu/Pak? Langsung bungkus. Gercep. Para pedagang kuliner bermotor, sebagian besar berjualan berdua, kebanyakan adalah pasangan suami istri. Wheel Brews penjualnya adalah anak-anak muda yang masih kuliah, sedangkan untuk Martabak Terang Bulan Sabar Menanti, Kopi Duren, dan Mente Almond berpasangan dengan teman atau sanak keluarganya. Hanya Es Cendol Keraton yang berjualan tanpa pasangan.

Seperti yang disampaikan Sugeng di atas, harga menu yang ditawarkan adalah terjangkau dan sesuai dengan porsi sajian dan rasa. Pendapat yang sama disampaikan juga oleh keluarga Anom dari Kapal, Mengwi dan Agung dari Denpasar. Keluarga Anom dan Agung menyampaikan bahwa harga yang ditawarkan para pedagang masuk akal dan terjangkau. Menu yang beragam dan rasa yang cocok dimulut menjadi alasan untuk kembali datang berbelanja. Bahkan Anom dan Agung mengatakan bahwa harga yang ditawarkan pedagang kuliner bermobil lebih murah dibandingkan pedagang lainnya. Pendapat ini dominan dikemukakan oleh informan lainnya. Sehingga faktor harga, rasa dan jumlah porsi sajian adalah berpengaruh positif terhadap keputusan membeli para konsumen.

Hal lain yang melatarbelakangi minat konsumen berbelanja di pedagang kuliner bermotor yaitu lokasi dan tampilan dagangan yang digunakan. Lokasi sangat strategis, mudah dijangkau, dan bahkan ada yang sering terlihat memesan langsung orderannya tanpa perlu turun dari kendaraan yang digunakan. Konsumen berbelanja langsung dari motor atau mobilnya masing-masing. Hal ini dapat dilakukan konsumen dengan pertimbangan luasnya lebar jalan di seputaran kawasan Renon. Sedangkan untuk tampilan, rata-rata hasil wawancara menyebutkan bahwa tampilan dari pedagang kuliner bermobil juga memengaruhi niat berbelanja. Atribut berupa spanduk, design kendaraan, dan *display menu* yang dijual memegang peranan cukup penting dalam menarik minat belanja konsumen. Kelengkapan lainnya yang mendukung minat belanja yaitu adanya perlengkapan meja kursi dan layanan yang diberikan yang bertujuan untuk memberikan kenyamanan dan kepuasan konsumen dalam menikmati hidangan.

Kadek Mitha menyebutkan bahwa kemudahan didapatkan dari berbelanja di pedagang kuliner bermotor. Dari sisi waktu lebih singkat, harga bersaing, praktis dalam hal parkir kendaraan, suasana asik dan

kekinian, tidak membosankan karena dapat langsung melihat ke segala penjuru arah, berada di ruangan terbuka. Kendaraan yang digunakan untuk berjualan bersih sehingga saya yakin untuk berbelanja. Penataan *display* produknya rapi, orangnya yang berjualan juga santun dan ramah.

Pernyataan dari Kadek Mitha mendapat dukungan dari Gede dan Bayu. Dua pengendara ojek online tersebut mengatakan bahwa lebih senang berbelanja di pedagang kuliner bermotor karena mudah, murah dan praktis. Bisa menikmati suasana jalanan sambil melepas penat. Tidak perlu mengeluarkan biaya parkir saat berbelanja maupun saat mengambil pesanan konsumen.

Tanggapan mendukung juga diberikan oleh Sigit, Komang, dan Wahyu. Lokasi berjualan di kawasan Renon sangat strategis dan memiliki suasana yang sejuk karena banyak pepohonan, jalanan lebar, dan merupakan kawasan berolahraga dan bersantai masyarakat umum. Memudahkan konsumen dalam mencari isi perut atau sekedar menghilangkan rasa haus.

Sigit mewakili pendapat konsumen yang mendukung lokasi berjualan pedagang kuliner bermotor mengatakan bahwa, setelah berolahraga merasa beruntung karena tidak perlu repot jauh-jauh mencari pedagang. Pedagang yang berada disekitar kawasan cukup mudah dijangkau, cukup menyebrang dengan berjalan kaki, dan terdapat cukup banyak pilihan menu. Harga terjangkau dan rasa yang ditawarkan enak, hemat waktu, dan suasananya nyaman.

Hal yang disampaikan oleh Sigit dan konsumen lainnya yang mendukung keberadaan pedagang kuliner bermotor di kawasan Renon, Denpasar, tidak disetujui sepenuhnya oleh Antok, Dewa dan 14 orang lainnya.

Antok menyampaikan bahwa pernah trauma dengan sikap konsumen yang berbelanja di salah satu pedagang kuliner bermotor. Konsumen yang mengendarai kendaraan roda empat saat itu berhenti mendadak di depan kendaraan yang dikendarai oleh Antok. Penumpang disebelah pengemudi berbelanja tanpa turun dari mobilnya, hanya menurunkan kaca jendela mobil dan melakukan transaksi belanja. Tidak hanya itu saja, pengemudi seolah-olah tidak mengerti atau cuek walaupun sudah di klakson.

Menurut Antok kejadian tersebut sangat membuat jengkel dan tidak nyaman. "Saya merasa jengkel sekaligus marah kepada yang berbelanja dan juga kepada si pedagangnya sendiri. Setidaknya pedagang menyarankan lebih dahulu kepada konsumennya untuk

memarkir kendaraan di pinggir jalan, bisa didepan maupun belakang kendaraan pedagang. Bukannya langsung menerima order yang dilakukan konsumen tersebut. Selain itu konsumen juga harusnya pintar dalam berkendara. Walaupun jalanan lebar, tapi tidak membenarkan tindakan yang dilakukan si pengemudi, berhenti mendadak di tengah-tengah jalan, persis disebelah kendaraan pedagang kuliner bermotor yang parkir di bahu/badan jalan.”

Hal senada juga disampaikan 10 orang lainnya. Kejadian serupa seperti Antok juga pernah dialami. Mendukung program penertiban pemerintah agar pedagang kuliner bermotor tidak sesuka hati dalam memarkir kendaraannya untuk berjualan. Apalagi atribut-atribut yang digunakan memancing pengguna jalan untuk mengalihkan pandangan cukup lama, yang kiranya akan dapat membahayakan para pengemudi yang melewati jalanan area pedagang kuliner bermotor berjualan. Atribut tersebut dapat menarik perhatian pengguna jalan umum untuk memperhatikan produk-produk yang dijual ataupun membaca tulisan-tulisan yang tertera pada spanduk. *Design* kendaraan, meja kursi yang bertebaran di sekitaran kendaraan yang digunakan untuk berjualan sampai pada konsumen yang berbelanja adalah faktor-faktor yang mempengaruhi perhatian pengguna jalan.

Sebelas dari 50 orang mengatakan tidak mendukung pedagang kuliner bermotor. Sedangkan lima orang lainnya terkesan ragu-ragu. Tidak mendukung cara berjualan pedagang kuliner bermotor karena dianggap mengganggu kelancaran pengguna jalan raya, sekaligus membahayakan keselamatan baik si pengguna jalan maupun konsumen dan pedagang yang berjualan. Tapi lima orang tersebut menyampaikan pernah berbelanja di salah satu bahkan lebih pedagang kuliner bermotor. Keinginan berbelanja tersebut dipengaruhi karena design kendaraan dan produk yang ditawarkan menarik perhatian. Juga karena situasi pedagang ramai pembeli, sehingga menimbulkan rasa ingin tahu/penasaran untuk ikut mencoba.

Dari seluruh hasil wawancara yang dilakukan terhadap 50 orang responden, diketahui bahwa sebagian besar mendukung pedagang kuliner bermotor untuk berjualan di bahu/badan jalan. Rata-rata responden telah mengetahui adanya larangan resmi pemerintah untuk menggunakan fasilitas publik (bahu/badan jalan raya) untuk kegiatan berjualan dikarenakan dapat mengganggu keselamatan bersama. Responden yang

mendukung adanya pedagang kuliner bermotor berharap agar pemerintah dapat memberikan alternatif lain yang tidak merugikan pihak pedagang maupun konsumen. Seperti, misalnya memberikan para pedagang untuk tetap berjualan di kawasan Renon dengan syarat pedagang mau dilokalisasi di area yang menurut pemerintah cukup aman dan tidak mengganggu. Memberikan batasan waktu berjualan, termasuk retribusi resmi sebagai pemasukan kas daerah dengan salah satu tujuannya adalah meminimalkan kecemburuan pedagang lainnya diluar pedagang dengan kendaraan bermotor. Alternatif berjualan dengan kendaraan adalah suatu ide kreatif yang patut dicontoh dan dikembangkan lebih baik lagi kedepannya, dengan menyesuaikan pada kebutuhan di masyarakat dan mengindahkan aturan-aturan yang berlaku.

## PENUTUP

### KESIMPULAN

Persepsi masyarakat terhadap pedagang kuliner bermotor adalah dihasilkan dari rekaman pengamatan atas apa yang dilihat, didengar, maupun dirasakan saat itu. Hasil dari rekaman tersebut dan persepsinya, berupa *continuous shot* perekaman objek bisa menghasilkan (*output*) persepsi yang beraneka ragam, sesuai dengan pengalaman dan kecerdasan yang dimiliki. Adapun persepsi masyarakat dalam penelitian ini terbagi ke dalam tiga kategori, sebagai berikut.

Kategori pertama, persepsi positif/setuju. Persepsi positif diantaranya masyarakat merasakan manfaat dari pedagang kuliner bermotor. Masyarakat mengaku sering bertransaksi di pedagang kuliner bermotor karena harga produk yang dijual lebih murah dengan kualitas yang sama seperti produk yang dijual di rumah makan maupun cafe. Selain itu hemat waktu juga menjadi alasan berbelanja di pedagang bermotor. Suasana yang berbeda juga menjadi alasan pendukung.

Kategori kedua persepsi negatif/tidak setuju dari pedagang kuliner bermotor. Bentuk partisipasinya sangat kecil atau tidak berpartisipasi bahkan menentang. Menurut masyarakat di kategori ini, keberadaan para pedagang tersebut dapat mengganggu ketertiban dan kebersihan kota. Kondisi pedagang kuliner bermotor yang sembraut dan tidak tertata dengan rapi, mengganggu kelancaran arus lalu lintas dan menyebabkan kemacetan di jalan karena lokasi tempat berdagang rata-rata tidak memiliki lahan parkir

kendaraan. Konsumen yang ingin bertransaksi di pedagang kuliner bermotor sering memarkirkan kendaraannya di badan jalan. Selain itu para pedagang juga meletakkan kursi-kursi tempat duduk konsumen di sekitaran kendaraan pedagang, sehingga jalanan terlihat sembraut.

Kategori ketiga adalah mereka yang ragu-ragu (antara setuju dan tidak setuju) dengan keberadaan pedagang kuliner bermotor. Karena persepsi mereka ragu-ragu, maka partisipasi masyarakat ini juga diragukan keseriusannya. Masyarakat kategori ini terdiri dari campuran antara kelompok persepsi positif dan persepsi negatif. Kelompok ini memang merupakan kelompok semu, sehingga sewaktu-waktu bisa berubah baik positif ataupun negatif.

### SARAN

Adapun saran yang dapat diberikan terkait hasil penelitian yang dilakukan, sebagai berikut.

Bagi pemerintah diharapkan penelitian ini dapat menjadi acuan dalam mencari solusi terkait pedagang kuliner bermotor yang berjualan di sepanjang jalan khususnya kawasan Renon, Denpasar. Solusi yang dimaksudkan yaitu pedagang kuliner tetap dapat berjualan tetapi tidak melanggar peraturan yang ada.

Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi masyarakat umum. Wawasan dalam hal memanfaatkan peluang usaha yang ada dan wawasan sebagai seorang konsumen yang baik. Tetap mengindahkan aturan yang berlaku sehingga tidak mengganggu kelancaran dan keamanan pengguna jalan lainnya.

Bagi pedagang kuliner bermotor, diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan dalam melakukan kegiatan berjualan yang baik dengan mengindahkan aturan yang ada sehingga tidak mengganggu kelancaran dan keamanan di jalan raya.

Penelitian ini merupakan penelitian awal terkait pedagang kuliner bermotor di kawasan Renon, Denpasar. Bagi peneliti lain diharapkan melakukan penelitian lanjutan dengan melibatkan sektor pemerintah di dalamnya. Tujuannya untuk memperoleh solusi yang relevan terkait berkembangnya usaha kuliner bermotor sebagai langkah pengembangan kreativitas usaha masyarakat.

### UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih kepada Direktur dan Lembaga Pengabdian Kepada Masyarakat Politeknik Internasional Bali atas dukungan anggaran kegiatan Penelitian yang diberikan. Terima kasih juga kami sampaikan kepada seluruh pedagang kuliner dan masyarakat yang terlibat. Serta rekan-rekan dosen dan pihak lainnya yang memberikan dukungan maksimal, membantu terlaksananya kegiatan penelitian ini sampai dengan selesai.

### DAFTAR PUSTAKA

- Agung, dkk. (2021). "Persepsi Masyarakat Terhadap Maraknya Pedagang Kuliner Bermotor di Kawasan Renon, Denpasar ". Hasil wawancara pribadi: 15 September 2021, Denpasar.
- Arikunto. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bimo, Walgito. (2010). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: C.V Andi.
- Eka Evita, dkk. (2018). Implementasi Kebijakan Penataan Pedagang Kaki Lima.. *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, Vol. 1, No. 5, Hal. 943-952.
- Hasibuan, Malayu S.P. (2009). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Edisi revisi cetakan ke tiga belas)*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Ismanidar, dkk. (2016). Persepsi Masyarakat Terhadap Pedagang kuliner bermotor di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Kewarganegaraan Unsyiah Volume 1, Nomor 1: 147-157*.
- Moleong, Lexy J. (2000). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Koentjaraningrat. (2009). *Pengantar Ilmu Antropologi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Knobler, N. (1966). *The Visual Dialogue*. New York: Holt.
- Nyoman Surya Wijaya, dkk. (2015). Analisis Dampak Peraturan Daerah No. 2 Tahun 2015 Tentang Larangan Bagi Pedagang kuliner bermotor (Pkl) Untuk Berjualan Di Taman Kota Dan Tempat Umum Serta Dampaknya Terhadap Minat Wisatawan Lokal Untuk Berkunjung Ke Lapangan Puputan Badung di Denpasar. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*. P-ISSN 2087 – 5576; E-ISSN 2579 – 3454 Vol. 8 No. 2.
- Perda No. 1 Tahun 2015 tentang Ketertiban Umum, khususnya bagian keempat paragraph 1 tentang Tertib Berjualan bagi Pedagang Kuliner Bermotor.
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 125 Tahun 2012 tentang Koordinasi Penataan dan Pemberdayaan Pedagang kuliner

bermotor.

- Kadek, dkk. (2021). "Persepsi Masyarakat Terhadap Maraknya Pedagang Kuliner Bermotor di Kawasan Renon, Denpasar." Hasil wawancara pribadi: 17 September 2021, Denpasar.
- Kotler, Philip. (2002). Manajemen Pemasaran. Edisi Millenium. Jilid 2. Jakarta : PT. Prenhallindo.
- Shaleh, A.R. (2009). Psikologi Suatu Pengantar. Jakarta: Kencana.
- Robbins, Stephen P. and Timothy A. Judge. (2015). Organizational Behavior. Pearson. United State America. Edisi 16.
- Sugeng, dkk. (2021). "Persepsi Masyarakat Terhadap Maraknya Pedagang Kuliner Bermotor di Kawasan Renon, Denpasar ". Hasil wawancara pribadi: 18 September 2021, Denpasar.
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10. Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan.