



STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA SEKTOR INFORMAL: STUDI PADA PENGUSAHA INFORMAL DI JAWA TIMUR, INDONESIA

Ifa Khoiria Ningrum^{1✉}, Kukuh Lukiyanto²

¹ Master of Law in Sharia Economics Program, Sharia Economic Law and Adab Faculty, Universitas Nahdlatul Ulama Sunan Giri Bojonegoro, Indonesia

² Entrepreneurship Department, BINUS Business School Undergraduate Program, Bina Nusantara University, Jakarta, Indonesia

Info Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima 2022-02-08

Disetujui 2022-04-21

Dipublikasikan 2022-04-30

Keywords:

Business development, businessman, informal sector, corporate strategy

Abstrak

Usaha disektor informal menjadi penopang kehidupan banyak orang di negara-negara berkembang. Usaha sektor informal menarik banyak pihak seperti pemerintah, akademisi, dan pembuat kebijakan, untuk mempelajari lebih dalam guna pengembangannya. Studi ini bertujuan mengetahui strategi yang efektif untuk pengembangan usaha sektor informal di Jawa Timur dan keterbatasan yang dihadapi pengusaha dalam menerapkan strategi tersebut. Metode penelitian campuran kualitatif dan kuantitatif digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Informan dipilih dari pengusaha informal yang ada di beberapa daerah Jawa timur dengan menggunakan metode *snowball*. Kuesioner dan pedoman wawancara digunakan untuk mengumpulkan data primer. Temuan penelitian mengungkapkan bahwa pengusaha perempuan lebih mendominasi pada usaha sektor informal. Harga rendah, pelayanan pelanggan, jam buka yang panjang, lokasi bisnis, ketepatan waktu, kualitas, dan reputasi adalah beberapa strategi untuk pengembangan usaha sektor informal. Tenaga kerja, modal, kebijakan pemerintah, kesenjangan ekonomi, lingkungan bisnis yang keras, ketidakamanan, peraturan, dan persaingan usaha yang tidak sehat adalah beberapa faktor yang menghambat pengembangan usaha di sektor informal. Studi ini memberikan rekomendasi bagi pengusaha tentang bagaimana mengembangkan usaha disektor informal yang efektif.

Abstract

Businesses in the informal sector are the life support for many people in developing countries. Informal sector businesses attract many parties, such as the government, academics and policy makers, to study more deeply for their development. This study aims to determine effective strategies for developing informal sector businesses in East Java and the limitations faced by entrepreneurs in implementing these strategies. A mixed qualitative and quantitative research method was used to answer the research questions. Informants were selected from informal entrepreneurs in several areas of East Java using the snowball method. Questionnaires and interview guides were used to collect primary data. The research findings reveal that women entrepreneurs are more dominant in informal sector businesses. Low prices, customer service, long opening hours, business location, punctuality, quality, and reputation are some of the strategies for informal sector business development. Labor, capital, government policies, economic disparities, harsh business environment, insecurity, regulations, and unfair business competition are some of the factors



that hinder business development in the informal sector. This study provides recommendations for entrepreneurs on how to develop an effective business in the informal sector.

✉Alamat korespondensi :
nifakhoiria@gmail.com

PENDAHULUAN

Kewirausahaan telah menjadi bagian penting dari ekonomidan kehidupan masyarakat. Pemerintah menyadari hal itu dan berusaha mengembangkan kewirausahaan sejak dini dengan memasukkan dalam kurikulum sekolah dan perguruan tinggi. Hal ini juga sebagai upaya untuk menciptakan lapangan kerja, yang merupakan tanggung jawab pemerintah. Beberapa penelitian terkait tren kewirausahaan dan pengembangan usaha sektor informal sudah dilakukan dalam rangka menjawab tantangan diatas.Tren saat ini untuk bisnis dan individu untuk merangkul kewirausahaan telah menghasilkan beberapa publikasi penelitian tentang masalah ini (George, Khayesi, & Haas, 2016; Gbadamosi, 2020).

Pertumbuhan kewirausahaan di Indonesia telah diusahakan dengan maksimal oleh berbagai pihak yang berkepentingan, sayangnya masih belum mendapatkan hasil seperti yang diharapkan Ketidakmampuan untuk mengakses sumber daya yang diperlukan untuk pertumbuhan dan pembangunan adalah faktor penghambatnya. Di Jawa Timur khususnya, ketidakmampuan ini terlihat jelas di sektor informal, yang dalam keterbatasannya harus bersaing dengan sektor formal. Penelitian telah menunjukkan bahwa bisnis di sektor formal ekonomi memiliki lebih banyak akses ke dana daripada di sektor informal. Hal ini mungkin disebabkan tingginya tingkat formalitas dan dokumen yang diperlukan untuk mendirikan usaha di sektor formal. Sektor informal memenuhi kebutuhan modalnya sebagian besar dari mereka sendiri (Lukiyanto & Wijayaningtyas, 2020).

Statistik lain yang tersedia dari Organisasi Perburuhan Internasional menunjukkan bahwa sektor informal merupakan persentase pekerjaan yang lebih besar di negara-negara sedang berkembang. Perkiraan menunjukkan bahwa, ekonomi informal menghasilkan 75% pekerjaan yang tidak terkait dengan pertanian, 61% pekerjaan perkotaan, dan sekitar 91% pekerjaan baru (www.ilo.org).

Usaha sektor informal mencakup serangkaian kegiatan, proses, dan pekerjaan ekonomi yang beragam yang tidak diatur atau di bawah pengawasan negara, seperti fotografi, tata rambut, katering, penjahit, layanan sepeda motor, pengecatan, dan banyak lagi (Ndoro & Kanyangale, 2019). Dulunya, definisi sektor informal hanya terbatas pada perusahaan kecil yang baru berdiri, tetapi perubahan baru-baru ini telah meluas hingga mencakup pekerjaan berupah dalam pekerjaan yang tidak dilindungi (Wijayaningtyas, Sipan, & Lukiyanto, 2017). Di beberapa negara berkembang pemerintah kota mengalami kesulitan dalam mengatasi pertumbuhan sektor informal, dalam beberapa kasus sektor informal menyebabkan peningkatan populasi dan kemacetan kota melalui layanan transportasi dan penjual informal yang tidak memberikan kontribusi terhadap pendapatan kota (Hack-Polay Igwe & Madichie, 2019).

Praktik umum di kalangan perusahaan informal, dalam kesederhanannya mereka juga mengikuti strategi bisnis untuk mempromosikan dan mengembangkan bisnis mereka guna memaksimalkan pendapatan. Kita bisa melihat beberapa contoh, pengusaha sektor informal yang sukses membangun bisnisnya dan berkembang pesat di Jawa Timur (Ronald & Harjanti 2013); (Farisi, Purnomo, dan Maulina, 2022). Keberhasilan ini dapat dikaitkan dengan kemampuan pengusaha tersebut untuk menanggapi peluang dan tantangan di lingkungan bisnis yang ada (Tulus Tambunan, Ellyana Amran, 2022). Orang Madura yang pada umumnya menjadi pengusaha besi tua,



merupakan contoh yang bagus tentang bagaimana strategi mengembangkan usaha sektor informal dengan menavigasi realitas dan keterbatasan lingkungan yang keras (Nurhalimah, Stiawan & Haryadi, 2019). Sebagai contoh, kegigihan dan pola pikir pengambilan risiko dapat memfasilitasi usaha kewirausahaan di Indonesia Barat (Walker, A., 2010); (Madichie, N., & Hinson, R. E., 2015); (Ogunyankin, G. A., 2018).

Berdasarkan latar belakang diatas, penelitian ini bertujuan untuk menjawab beberapa pertanyaan penelitian seperti strategi yang diadopsi oleh pengusaha di sektor informal Jawa Timur dan beberapa keterbatasan yang dihadapi pengusaha dalam menerapkan strategi tersebut. Jawaban atas pertanyaan ini akan memberikan wawasan tentang strategi yang diadopsi sektor informal dan keterbatasan yang dihadapi oleh pengusaha. Pengetahuan ini sangat penting bagi pembuat kebijakan dan profesional bisnis karena rekomendasi akan memberikan wawasan tentang strategi yang harus difokuskan untuk mempertimbangkan kekhasan sektor informal. Ini juga akan menyoroti bidang-bidang yang harus diperbaiki oleh para pembuat kebijakan sehubungan dengan keterbatasan pengusaha di sektor informal.

KAJIAN LITERATUR

Ada beberapa strategi berbeda dalam literatur yang dapat diadopsi oleh pengusaha di sektor informal, penelitian sebelumnya lebih fokus pada tantangan dan prospek pengusaha di sektor informal daripada strategi yang tersedia (Williams & Kedir, 2017). Wirausahawan sangat pandai berhubungan dengan masyarakat, membangun kontak bisnis lokal, menargetkan ceruk pasar, diferensiasi produk, meningkatkan pelayanan pelanggan, dan menjual lebih banyak produk (Mahmood, Zahari, Yaacob & Mat 2017). Penelitian menunjukkan bahwa setiap strategi bisnis fungsional membutuhkan tujuan untuk berhasil, tidak adanya tujuan membuat pengusaha berjalan sekedarnya saja (Zoogah, 2008). Seperti perusahaan formal besar, bisnis informal biasanya dalam banyak kasus, memiliki tujuan yang telah ditetapkan dan mereka merencanakan untuk dicapai selama beberapa waktu. Tujuan yang terdefinisi dengan baik membantu mengelola sumber daya dan menerapkannya secara efisien (Mukti, et. al. 2020).

Mengembangkan produk dan menyediakan layanan dan mengetahui cara menjualnya adalah hal yang sama pentingnya (Ghuri & Kirpalani, 2019). Hal umum yang diperhatikan dalam bisnis informal adalah nilai mereka bagi pelanggan. Tingkat kompetisi sektor informal cukup tinggi, oleh sebab itu memiliki basis pelanggan yang baik sangat penting untuk memaksimalkan keuntungan (Garud, Gehman, & Tharchen, 2018; Shepherd & Toms, 2018). Cara yang mungkin untuk mewujudkan hal ini adalah dengan memastikan layanan purna jual yang berkualitas.

Konsep 'sektor informal' dicetuskan oleh ILO (www.ilo.org), selanjutnya dalam dua dekade terakhir banyak penelitian membahas hal tersebut (Lituchy, 2019), karena hal inilah sekarang banyak ditemui literature yang membahas sector informal. (Olomi, Charles & Juma, 2018). Selanjutnya, setelah Program Penyesuaian Struktural dicanangkan pada tahun 1986, sektor informal semakin berkembang. 'Informalitas' sebagai ungkapan dalam wacana sektor informal biasanya muncul.

Dari pandangan Banwo, & Onokala, (2015), batas antara sektor formal dan informal menjadi kabur. Studi ini menyelidiki sektor informal melalui pemagangan, lembaga pendidikan, dan penggunaan survei dari penciptaan lapangan kerja dan survei stok tenaga kerja nasional. Temuan menunjukkan hubungan yang terjalin antara 3 variabel. Institusi pendidikan memiliki kurikulum sepihak, dan ini menyebabkan pengangguran yang dikombinasikan dengan ketidakseimbangan ekonomi. Model pemagangan dari penelitian ini dapat membantu mengurangi pengangguran. Studi tersebut merekomendasikan agar pembuat kebijakan dan pembuat keputusan merevisi kurikulum pendidikan secara terus menerus, dan pusat pelatihan khusus harus didirikan. Oyerinde, Akintunde, & Ademola, (2015) menyatakan bahwa kewirausahaan informal terdiri dari kegiatan ekonomi yang mengarah pada produksi barang/jasa yang tidak



secara langsung melawan hukum tetapi melawan beberapa aturan yang tidak bersifat kriminal, tetapi pola produksinya adalah tidak diatur. Studi yang dilakukan meneliti faktor-faktor yang memotivasi kewirausahaan informal di negara-negara berkembang. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada pengusaha. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi berganda. Temuan yang diperoleh dari penelitian ini mengungkapkan bahwa kewirausahaan informal memiliki kesesuaian dengan tradisi nilai dalam budaya dan norma yang dianut. Kesimpulan studi mengatakan kebutuhan penting bagi pembuat kebijakan untuk merancang berulang prosedur kewirausahaan yang *homegrown*.

METODE PENELITIAN

Studi ini mengadopsi penelitian campuran untuk menyisir komponen penelitian kualitatif dan kuantitatif (McKim, 2017). Metode kualitatif akan digunakan, tetapi peneliti menganggap wawasan tambahan yang ditawarkan data kuantitatif diperlukan untuk penelitian ini. Desain penelitian deskriptif juga digunakan untuk aspek kuantitatif penelitian karena memungkinkan untuk deskripsi statistik dari fenomena yang diteliti. Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data untuk analisis deskriptif, sedangkan pedoman wawancara digunakan untuk mengumpulkan data untuk analisis kualitatif. Peserta penelitian dipilih secara snowball dari Provinsi Jawa Timur. Tiga ratus peserta dipilih secara acak dari daerah informal populer di Provinsi Jawa Timur, yaitu Surabaya, Sidoarjo, Gresik, Lamongan, Bangkalan, Malang Raya, Karisidenan Kediri. Daerah ini dipilih karena banyaknya usaha yang dapat dikategorikan informal. Informasikan bahwa mereka tidak terdaftar di Kementerian UMKM dan Koperasi Indonesia. Pengaturan kerja dengan pekerja juga tidak didokumentasikan juga tidak ada pajak yang disetorkan dari penjualan.

Karena sulit untuk memastikan jumlah sebenarnya bisnis di daerah ini, metode pemilihan acak diadopsi. Tiga puluh pemilik bisnis di setiap daerah diambil sampelnya menggunakan simple random sampling, yang memungkinkan pengumpulan data menggunakan kuesioner. Karena beberapa pemilik usaha tidak memiliki waktu atau literasi untuk mengisi kuesioner, isi kuesioner diinterpretasikan kepada responden dalam bahasa yang dapat mereka pahami. Tiga puluh pemilik bisnis dipilih dari sepuluh daerah terpilih, menghasilkan tiga ratus peserta studi atau 300. Satu Kepala Daerah masing-masing dipilih secara purposive untuk wawancara dari setiap daerah, membuat total 10 Kepala Daerah. Hal ini dilakukan untuk menguatkan data dari kuesioner karena pengalaman Kepala Daerah di Daerah/Kota yang telah dipilih. Kepala Daerah juga menunjukkan kesediaan untuk diwawancarai dan karakteristik kepemimpinan, yang membuat wawancara tersebut sukses. Kuesioner diberikan kepada responden oleh asisten peneliti yang dilatih oleh peneliti untuk meningkatkan tingkat pengembalian responden. Data dikumpulkan dari sepuluh Daerah selama tiga bulan.

Beberapa kunjungan dilakukan oleh peneliti dan asisten untuk mengumpulkan kuesioner selesai. Dengan metode kontak langsung ini, tingkat pengembalian sekitar 70 persen tercapai meskipun menghadapi tantangan logistik yang berat. Peneliti dan asisten peneliti yang memberikan kuesioner tidak memiliki hubungan sebelumnya dengan peserta penelitian untuk mengurangi kemungkinan bias. Pertanyaan terbuka dan tertutup digunakan dalam instrumen penelitian, karena ini memungkinkan responden penelitian untuk menyarankan kemungkinan tanggapan di luar pilihan yang diberikan. Tanggapan diberi kode menggunakan Paket Statistik untuk Ilmu Sosial. Analisis yang relevan dilakukan untuk memeriksa nilai minimum dan maksimum untuk memastikan bahwa data bebas dari nilai keterlaluhan yang dapat dimasukkan kesalahan saya selama pengkodean. Mempertimbangkan desain campuran dari penelitian ini, validitas muka kuesioner diadopsi, yang memastikan bahwa pertanyaan yang dimasukkan dalam kuesioner mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji coba dilakukan untuk meningkatkan pemahaman peserta studi tentang kuesioner dan menghilangkan kemungkinan ambiguitas. Data kuantitatif yang dikumpulkan dengan kuesioner



dianalisis menggunakan alat statistik deskriptif dasar seperti analisis persentase, rata-rata dan standar deviasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dua ratus lima puluh tujuh kuesioner dikumpulkan kembali dari lapangan setelah beberapa bulan pengumpulan dan juga penataannya. Setelah data dirapikan dan dipilah, kuesioner dikurangi menjadi 200 (dua ratus) karena dianggap cukup untuk pengkodean data dan analisis deskriptif yang diperlukan dalam penelitian ini. Karakteristik demografis responden penelitian yang disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Informasi Sosial Demografi Responden

Karakteristik	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin		
Laki-Laki	98	49,0
Perempuan	102	51,0
Total	200	100,0
Usia		
18 – 25	28	14,0
26 – 35	136	68,0
46 - 55	31	15,5
56 Keatas	5	2,5
Total	200	100,0
Status Perkawinan		
Belum Kawin	84	42,0
Kawin	116	58,0
Total	200	100,0
Kualifikasi Pendidikan		
SMA	78	39,0
Diploma	71	35,5
Gelar dan Profesional kualifikasi	51	25,5
Total	200	100,0
Sifat bisnis		
Trading	135	67,5
Pelayanan	65	32,5
Total	200	100,0

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2021

Tabel 1, mengungkapkan bahwa berdasarkan jenis kelamin, mayoritas responden 49,0% adalah laki-laki, sedangkan 51,0% adalah perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa perempuan adalah jenis kelamin yang dominan di antara sampel bisnis informal dalam hal kepemilikan. Distribusi responden menurut usia menunjukkan bahwa responden pada kelompok umur 26-35 tahun memiliki persentase terbesar 68,0%, diikuti oleh responden pada kelompok umur 46-55 sebesar 15,5%, pada kelompok umur 18-25 tahun sejumlah 14,0%, serta responden pada kelompok umur 56 tahun ke atas dengan jumlah 2,5%. Bukan suatu yang aneh bahwa sebagian besar orang yang membentuk usaha informal adalah kaum muda. Sebagian besar pengusaha memulai dari usia muda, yang mungkin hal tersebut menjadi alasan tingginya representasi kaum muda. Proporsi responden lebih tinggi, 58,0% adalah yang sudah menikah, dan 42,0% belum menikah. Hal ini tidak mengherankan mengingat kebanyakan orang memulai bisnis informal baik untuk memenuhi kebutuhan keluarga atau sebagai jalan untuk menabung dan mempersiapkan persiapan memiliki anak, seperti yang diungkapkan oleh temuan studi kualitatif. Proporsi responden yang lebih tinggi, 39,0%, tidak memiliki pendidikan formal yang signifikan selain tamat sekolah menengah pertama. Sebagai perbandingan, 35,5% responden memiliki bentuk pendidikan tinggi di tingkat diploma. 25,5% memiliki gelar atau kualifikasi profesional.



Kemudian Proporsi responden yang lebih tinggi, 67,5% terlibat dalam satu bentuk perdagangan atau lainnya, sedangkan 32,5% pelayanan jasa. Keanekaragaman usaha yang masuk kedalam penelitian ini dalam sektor formal memudahkan pengkategorian menjadi hanya ada 2 jenis saja yaitu perdagangan barang jadi dan jasa.

Strategi yang Digunakan oleh Bisnis Informal

Strategi yang berbeda muncul dari analisis data primer pada Tabel 2 yang dikumpulkan dari informan atau responden penelitian. Mungkin mereka tidak menganggap sebagai strategi karena mereka tidak memiliki koherensi dan orientasi jangka panjang yang seharusnya dimiliki oleh strategi bisnis. Studi ini dilakukan pada bisnis informal dengan pendekatan yang dilakukan oleh bisnis untuk memiliki daya saing dan kondisi lingkungan yang baik maka hal tersebut akan dianggap sebagai strategi. Hasil analisis data dapat dikategorikan sebagai berikut; pelayanan pelanggan, jam buka yang panjang, lokasi usaha yang baik, ketepatan waktu, kualitas, dan reputasi. Analisis deskriptif mengungkapkan bahwa mayoritas 43,5% peserta studi, setuju bahwa strategi penetapan harga yang rendah telah menjadi kunci kelangsungan bisnis. Sedangkan 13,0% dari responden penelitian tidak sependapat bahwa mempertahankan harga rendah dapat meningkatkan keuntungan bisnis. Tanggapan rata-rata responden dengan jumlah 3,61 dapat digunakan untuk menyimpulkan bahwa mayoritas responden studi percaya dengan menetapkan harga yang rendah sebagai strategi untuk bertahan dari realitas dari persaingan di pasar.

Mayoritas responden studi yang mewakili 60,0% setuju bahwa pelayanan pelanggan yang baik dapat juga dijelaskan sebagai wujud dari kesopanan adalah salah satu strategi bisnis. Dengan rata-rata 4,07 tanggapan responden berpengaruh tinggi, dengan standar deviasi 0,815. Ini menyiratkan bahwa kesopanan sangat penting dalam bisnis informal dan pelanggan kemungkinan besar akan mengunjungi toko tertentu karena kesopanan karyawan dan pemilik. Penemuan ini juga dikuatkan dengan wawancara dengan kepala daerah, yang mengungkapkan bahwa berbicara kepada pelanggan dengan sopan adalah kunci strategi retensi pelanggan. Kemudian mayoritas, 63,0% yang mewakili 126 responden, setuju bahwa jam buka yang panjang menjadi penyebab beberapa pelanggan tetap datang kembali untuk transaksi berulang kali. Menurut bukti yang diperoleh dari sesi wawancara, beberapa pelanggan selalu sibuk dan hanya akan mengunjungi bisnis dimalam hari. Bisnis informal yang menerapkan strategi jam buka panjang diketahui bertahan lebih lama dibandingkan bisnis lain. Rata-rata 3,83 tanggapan responden dan standar deviasi 0,960 menunjukkan bahwa tidak semua bisnis mengadopsi strategi ini. Namun, buka pada saat yang lain sudah tutup ternyata menjadi bagian penting dari strategi bisnis informal untuk tetap bersaing dengan bisnis formal. Selain itu, lokasi bisnis tampak menonjol di antara strategi yang dilaporkan oleh informan. Karena ada berbagai bisnis yang lokasinya berdekatan, berdasarkan hasil wawancara mengungkapkan bahwa beberapa bisnis yang berlokasi di tempat yang berdekatan tetapi strategis, cenderung memiliki peluang lebih banyak pelanggan yang datang. Mayoritas 39,0% yang mewakili 78 responden, setuju dengan strategi ini.

Rata-rata (3,34) tanggapan responden berpengaruh sedang dengan standar deviasi 1,180, menunjukkan bahwa ini bukan strategi yang populer di kalangan bisnis. Temuan studi ini dapat dipahami karena semua bisnis tidak dapat menempati lokasi yang strategis. Dalam bisnis formal, ketepatan waktu mungkin tidak dianggap sebagai strategi bisnis, namun bukti menunjukkan bahwa ketepatan waktu digunakan sebagai strategi untuk mendapatkan pelanggan di sektor informal. Temuan studi ini berwawasan luas karena tidak semua bisnis mampu membuka lebih awal karena berbagai alasan seperti kemacetan lalu lintas atau kekurangan tenaga kerja. Mayoritas 50,5% yang mewakili 101 responden, setuju untuk menggunakan ketepatan waktu untuk mengatasi ketidakpastian daerah. Kualitas, sebagaimana dipahami oleh para pelaku usaha informal, berkaitan dengan memproduksi barang yang diminta sesuai pesanan. Misalnya, usaha informal yang dijadikan sampel pembuatan sepatu dan tas harus



memastikan pengerjaannya sesuai dengan spesifikasi. Menurut pemilik usaha informal, mewakili kualitas. 53,0% yang mewakili 106 responden setuju untuk menggunakan strategi ini untuk mengatasi realitas daerah seperti basis pelanggan yang semakin berkurang. Rata-rata 4,00 tanggapan responden berpengaruh tinggi dengan standar deviasi 0,972, menunjukkan bahwa sebagian besar pemilik usaha informal lebih menyukai kualitas sebagai strategi. Reputasi juga menonjol sebagai strategi yang diandalkan oleh sebagian besar pemilik bisnis. Ketika ditanya apa yang membuat mereka bertahan dalam bisnis dan apa yang memastikan mereka terus mendapatkan pelanggan, jawabannya adalah saya sudah lama di sini, dan orang-orang mengenal saya. Strategi ini dalam bisnis formal dapat dikenal sebagai corporate image building atau corporate branding, tetapi dalam bisnis informal dikenal sebagai reputasi pemiliknya. Integritas dan itikad baik yang melekat pada nama pemilik usaha informal adalah strategi yang digunakan di sektor ini. Mayoritas 78,0% yang mewakili 156 responden setuju dengan penggunaan strategi ini.

Tabel 2. Statistik Deskriptif Strategi yang Diadopsi oleh Bisnis Informal

N=200	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Sejuju	Total	
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	Mean	Standar Deviasi
Harga Murah	10,5	13,0	7,5	43,5	25,5	3,61	1,283
Pelayanan Pelanggan	2,0	3,5	7,5	60,0	27,0	4,07	0,815
Jam Buka Panjang	2,5	12,5	3,0	63,0	19,0	3,83	0,960
Lokasi Usaha	5,0	27,0	13,0	39,0	16,0	3,34	1,180
Ketepatan Waktu	9,0	29,0	5,0	50,5	6,5	3,16	1,181
Kualitas	2,5	9,0	5,0	53,0	30,5	4,00	0,972
Reputasi	0,0	5,5	2,0	78,0	14,5	4,01	0,622

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2021

Keterbatasan Kegiatan Wirausaha dalam Perekonomian Informal

Setelah memahami beberapa strategi penanggulangan yang diterapkan oleh pengusaha di sektor informal, penelitian ini berusaha menjawab beberapa keterbatasan kegiatan kewirausahaan di sektor informal. Temuan studi dari Tabel 3 mengungkapkan mayoritas 51,0%, yang mewakili 102 responden, setuju dengan keberadaan infrastruktur yang buruk sebagai batasan utama. Infrastruktur yang buruk dalam hal jalan yang buruk dan sistem transportasi yang kurang berkembang sangat penting bagi sektor informal dan kegiatan pengusaha. Masalah pasokan listrik yang tidak stabil dan tidak ada pasokan listrik di beberapa daerah menyebabkan para pengusaha harus mengandalkan genset sepanjang jam kerja. Bagi sebagian orang, ini menambah biaya melakukan bisnis secara signifikan. Informasi tambahan ini diperoleh melalui wawancara, dan inilah salah satu alasan mengapa penelitian ini mengadopsi metodologi campuran. Kuesioner saja tidak akan mampu menafsirkan pemikiran di balik tanggapan informan penelitian. Dengan metode wawancara yang diintegrasikan ke dalam penelitian ini, menjadi mudah untuk memahami data yang diberikan oleh peserta penelitian. Kuesioner memungkinkan untuk pertanyaan terbuka, tetapi ini menghasilkan tanggapan yang ambigu terhadap pertanyaan yang harus dikategorikan ke dalam tema untuk pemahaman yang lebih baik. 38,5% yang mewakili 77 responden mendukung tenaga kerja merupakan keterbatasan utama di sektor informal. Karyawan yang terampil kebanyakan mencari pekerjaan di sektor formal karena upah yang lebih baik dan kondisi kerja yang lebih baik. Hasilnya adalah tidak tersedianya tenaga kerja terampil pada saat yang paling dibutuhkan. Responden juga mengungkapkan adanya lulusan yang menganggur dan ingin meningkatkan pendapatan; hal ini menimbulkan tantangan yang dihadapi dalam menarik tenaga terampil ke sektor informal. 54,5% yang mewakili 109 responden sangat setuju bahwa modal merupakan batasan utama baik dari usaha tersebut maupun



sumber daya keuangan lain yang dibutuhkan untuk melanjutkan dan memperluas operasi. Data wawancara mengungkapkan bahwa bukan karena tidak ada tempat untuk mengakses pinjaman tetapi prosedur dan waktu yang diperlukan untuk diinvestasikan dalam proses tersebut mempersulit pengusaha di sektor informal untuk mengakses dana tersebut. Juga, data kualitatif mengungkapkan bahwa hal tersebut datang dengan tingkat bunga tinggi dalam keadaan di mana pinjaman itu tersedia. Kepala daerah juga menegaskan bahwa bank tidak mendukung usaha informal tanpa rencana bisnis yang besar. Data mengungkapkan bahwa sebagian besar pengusaha harus bergantung pada uang dari koperasi, yang datang dengan bunga rendah dan lebih jarang dan dalam jumlah yang lebih kecil.

Tabel 3. Statistik Deskriptif Pandangan Pemilik Usaha Informal terhadap Keterbatasan

N=200	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Sejuju	Total	Standar Deviasi
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	Mean	
Infrastruktur	0,0	29,0	0,5	51,0	19,5	3,17	1,249
Tenaga Kerja	15,5	29,0	6,5	38,5	10,5	3,00	1,313
Modal	8,0	5,0	1,0	31,5	54,5	4,20	1,202
Kebijakan Pemerintah	12,5	13,5	15,5	46,0	12,5	3,33	1,223
Perbedaan Ekonomis	0,5	6,0	4,0	69,5	20,0	4,03	0,726
Lingkungan Bisnis	5,0	8,5	9,5	64,0	13,0	3,71	0,969
Ketidaknyamanan	3,5	7,5	8,5	65,0	15,5	3,82	0,908
Kerangka Regulasi	0,5	7,5	0,5	49,0	42,5	4,25	0,845

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2021

Bukti kuantitatif mengungkapkan bahwa 46,0%, yang mewakili 92 responden, setuju bahwa kebijakan pemerintah merupakan batasan utama bagi kegiatan usaha di sektor informal. Bukti kualitatif mengungkapkan bahwa dengan kebijakan pemerintah, para pemilik usaha mengartikan bahwa tidak ada rencana yang koheren oleh pemerintah Jawa Timur untuk mengembangkan dan menumbuhkan sektor informal. Administrasi pemerintah yang berbeda semuanya mensponsori kebijakan informal, tetapi dengan pergantian pemerintahan terjadi perubahan dalam sumber daya yang diinvestasikan di sektor tersebut. Tidak ada konsistensi dalam tindakan pemerintah untuk memfasilitasi pertumbuhan dan pengelolaan sektor informal. Salah satu kepala daerah yang diwawancarai menjelaskan bahwa ketidakkonsistenan kebijakan pemerintah untuk sektor informal memungkinkan bank untuk mengesampingkan usaha informal. Kepala daerah lain yang diwawancarai menyarankan bahwa Jawa Timur tidak memiliki sistem akuntansi yang tepat, sehingga mempersulit bank dan pemerintah untuk bekerja sama menurunkan suku bunga dan menghilangkan kebutuhan agunan untuk usaha kecil. Analisis persentase mengungkapkan bahwa mayoritas 69,5%, yang mewakili 139 responden, setuju bahwa kesenjangan ekonomi merupakan batasan utama bagi kegiatan bisnis dan strategi bertahan mereka di daerah informal. Data kualitatif mengungkapkan bahwa kepala daerah yang diwawancarai percaya bahwa kelas menengah dan bawah lebih menguasai bisnis informal dari pada kelas atas. Kesenjangan ekonomi menyiratkan bahwa kelas menengah dan bawah telah mengurangi daya beli, mempengaruhi penjualan dan pengembalian investasi. Lingkungan bisnis yang kompetitif juga ditampilkan sebagai batasan utama baik dari bukti kuantitatif maupun kualitatif. Analisis persentase mengungkapkan bahwa 64,0%, yang mewakili 128 responden, percaya bahwa lingkungan bisnis mempengaruhi kinerja bisnis dan strategi bisnis. Lingkungan bisnis yang sulit dimanifestasikan menurut kepala daerah dalam nilai tukar yang tinggi, larangan tiba-tiba terhadap barang-barang makanan impor tertentu, penutupan perbatasan, biaya transportasi yang tinggi, dan tantangan logistik.

Salah satu responden studi juga berpendapat bahwa nilai-nilai bisnis yang buruk juga mempersulit berbisnis karena reputasi buruk yang dibangun beberapa bisnis



informal sebagai amatir. Hal ini ditunjukkan dengan rata-rata 3,71, efek sedang dan standar deviasi 0,969. Konsisten dengan pandangan responden tentang batasan sebelumnya yang dijelaskan adalah batasan lain yang ada dalam data kualitatif dan kuantitatif. Kepala daerah berpendapat bahwa beberapa bisnis lebih suka tutup lebih lambat daripada yang mereka lakukan, tetapi ini tidak mungkin karena masalah keamanan. Kepala daerah lain yang diwawancarai berpendapat bahwa perjalanan ke sumber barang juga menjadi berbahaya karena beberapa pedagang diserang oleh perampok bersenjata di jalan. Analisis persentase mengungkapkan bahwa 65,0%, yang mewakili 130 responden, setuju bahwa ketidakamanan mempengaruhi kegiatan pengusaha di sektor informal. Analisis persentase lebih lanjut menunjukkan bahwa 49,0%, mewakili 98 responden percaya bahwa kerangka peraturan pemerintah yang buruk untuk sektor informal lebih menghambat pertumbuhan dan perkembangan pengusaha di sektor ini dibandingkan dengan mereka di sektor formal. Lemahnya pengawasan pemerintah terhadap usaha informal membuat sektor informal sulit diatur sehingga usaha tidak membayar pungutan berlipat. Meski pelaku usaha tidak membayar pajak resmi, namun bukti kualitatif menunjukkan bahwa aparat pemerintah daerah masih saja berkeliling memungut iuran dalam bentuk apapun. Hal ini ditunjukkan dengan rata-rata 4,25, yang merupakan efek tinggi dan standar deviasi 0,845, yang menunjukkan bahwa pendapat mayoritas responden berpusat pada perlunya pemerintah untuk menempatkan kerangka peraturan karena hal ini akan membuatnya. memudahkan pengusaha di sektor informal untuk mengakses sumber daya yang dibutuhkan baik manusia, material maupun finansial. Ketiadaan kerangka peraturan untuk sektor informal menunjukkan adanya persaingan yang tidak sehat. Berbagai bentuk persaingan tidak sehat seperti pemalsuan dan penjualan produk di bawah standar dengan harga murah telah membatasi pertumbuhan dan perkembangan sektor informal di Jawa Timur. Pendapat ini dianut oleh 41,0% yang mewakili 82 responden yang berpendapat bahwa kerangka regulasi diperlukan untuk mengelola persaingan tidak sehat di sektor informal.

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Artikel ini membahas kewirausahaan dan strategi di sektor informal di Jawa Timur. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pengusaha di sektor informal memiliki rencana untuk tetap kompetitif, yang dapat diartikan sebagai mendapatkan pelanggan. Meskipun metode untuk mencapai hal ini mungkin tidak memiliki semua karakteristik strategi, mereka memiliki beberapa elemen. Sebagian besar strategi harus memiliki visi, tetapi beberapa elemen strategi yang diadopsi oleh bisnis informal tidak memiliki elemen visi (Shimazaki, 2018; Muziwandile & Brian, 2020). Bisnis informal juga tidak memiliki nilai inti yang jelas bagi organisasi. Indeks kinerja utama juga tidak didefinisikan dengan jelas, mengingat ini adalah bagian penting dari evaluasi strategi (Lee, H. & Paek, B., 2018). Beberapa elemen penting hilang dalam strategi yang diterapkan oleh pengusaha di bisnis informal yaitu perencanaan jangka panjang, visi, akuntabilitas, dan tujuan (Menon, 2018).

Studi ini, bagaimanapun, menyimpulkan bahwa pengusaha memiliki proses tertentu yang tampak strategis. Hal ini telah membantu para pengusaha di sektor informal bertahan dan berkembang meskipun menghadapi kenyataan ekonomi yang keras. Kemampuan untuk mencari produk di daerah yang lebih murah untuk dijual kembali dengan harga murah telah memastikan bahwa pengusaha di sektor informal tetap eksis. Pelayanan pelanggan yang ditunjukkan melalui kesopanan dan jam buka yang panjang digunakan sebagai strategi. Strategi ini sangat penting, mengingat banyaknya orang yang memberikan layanan atau produk yang sama dalam jarak dekat di sektor informal. Menunggu pelanggan di area strategis, seperti pintu masuk, juga digunakan pebisnis informal. Beberapa bisnis menempatkan orang di luar pintu masuk untuk mengundang pelanggan dan mengarahkan mereka ke toko yang terletak lebih jauh dari titik kontak awal. Penjual seperti itu tidak memiliki kontrak kerja formal tetapi menerima komisi berdasarkan setiap pelanggan yang diarahkan ke toko yang akhirnya



membeli. Ketepatan waktu mungkin tidak bisa disebut sebagai strategi di sektor bisnis formal. Namun, untuk bisnis informal, penelitian ini menyimpulkan bahwa ketepatan waktu digunakan untuk menciptakan citra bisnis, sehingga dapat dikatakan tentang ketepatan waktu di benak pelanggan sasaran. Ini adalah strategi penting untuk bisnis informal mengingat tidak ada aturan jam buka atau tutup yang ketat. Kualitas dan reputasi yang baik juga digunakan sebagai strategi oleh banyak pemilik bisnis yang disurvei dalam penelitian ini. Kualitas juga penting, yang menyiratkan produksi sesuai spesifikasi karena hal ini berlaku untuk bisnis informal yang dijadikan sampel dalam penelitian ini. Studi ini menyimpulkan bahwa tenaga kerja, modal, kebijakan pemerintah, kesenjangan ekonomi, lingkungan bisnis yang keras, ketidakamanan, kerangka peraturan, persaingan usaha yang tidak sehat adalah hambatan utama dari kegiatan pengusaha dalam ekonomi informal di wilayah studi.

Perlunya pemerintah memiliki kebijakan yang konsisten untuk mendorong pertumbuhan di sektor informal terlepas dari pergantian rezim tidak bisa terlalu ditekankan. Tantangan akses kredit sebagai akibat dari sifat informal bisnis juga menjadi isu yang mengemuka dalam penelitian ini, yang juga dekat dengan temuan peneliti lain. Sektor informal memiliki banyak hal untuk ditawarkan pada ekonomi Jawa Timur dan Indonesia secara keseluruhan. Sebelum ini dapat dicapai, keterbatasan tertentu harus dihilangkan dan penerapan strategi khusus konteks. Strategi yang akan diadopsi oleh bisnis informal harus masuk akal secara teoritis dan menawarkan wawasan praktis. Studi ini memberikan beberapa hasil perseptif dan peluang untuk digunakan di masa depan di sektor informal di Jawa Timur. Setelah melakukan penelitian untuk mengkaji kewirausahaan dan strategi di sektor informal, peneliti merekomendasikan hal-hal sebagai berikut:

1. Strategi segmentasi daerah harus difokuskan oleh pengusaha di Jawa Timur karena keragaman penawaran produk dan layanan yang sama di lokasi yang serupa. Menerapkan strategi segmentasi dapat membantu pengusaha lebih memahami bagaimana melakukan segmentasi daerah secara menguntungkan dengan menggunakan teknik segmentasi yang tepat.
2. Implementasi kebijakan yang konsisten oleh para pemangku kepentingan, terlepas dari perubahan rezim, tidak dapat terlalu ditekankan. Pemerintah yang berbeda memperkenalkan skema pemberdayaan yang berbeda menyebabkan ketidakefektifan kebijakan pemerintah yang berbeda. Kebijakan yang konsisten dapat diterapkan untuk mendokumentasikan bisnis informal dari waktu ke waktu sambil memastikan bahwa sumber daya yang dibutuhkan disediakan dengan tarif bersubsidi. Dokumentasi yang tepat akan memungkinkan pemangku kepentingan untuk mengumpulkan pengembalian dari pengusaha dalam bentuk pajak.

Juga disarankan agar pembuat kebijakan diminta untuk memastikan bahwa kepentingan sektor formal tidak ditempatkan di atas bisnis informal sedemikian rupa sehingga sektor informal kurang mendapat akses ke fasilitas kredit.

KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian ini murni deskriptif dengan unsur metode penelitian baik kualitatif maupun kuantitatif. Studi ini tidak dimaksudkan atau dirancang sebagai studi kausal atau korelasi, sehingga menggunakan metode statistik sederhana untuk mendeskripsikan temuan studi. Temuan penelitian sederhana, juga metode yang digunakan. Penelitian lebih lanjut perlu dilakukan sebelum temuan studi dapat menggeneralisasi hubungan kewirausahaan dan strategi. Studi kuantitatif murni dapat dilakukan untuk membangun hubungan kewirausahaan dan strategi di sektor informal Indonesia.



DAFTAR PUSTAKA

- Banwo, A. & Onokala, U. 2015. The informal sector of Nigeria through the lens of Apprenticeship, Education and Unemployment. *American Advanced Research in Management*. 1(1), 13-22.
- Garud, R., Gehman, J. & Tharchen, T. 2018. Performativity as ongoing journeys: Implications for strategy, entrepreneurship, and innovation. *Long Range Planning*, 51(3), 500-509.
- Gbadamosi, A. 2015. Exploring the Growing Link of Ethnic Entrepreneurship, Markets, and Pentecostalism in London (UK): An Empirical Study. *Society and Business Review*, 10(2), 150-169.
- George, G., Khayesi, J. N. O., & Haas, M. R. T. 2016. Bringing Africa in Promising directions for management research. *Academy of Management Journal*, 59(2), 377–393.
- Ghauri, P., & Kirpalani, V. 2015. Handbook of research on international entrepreneurship strategy: Improving SME performance globally (Research Handbooks in Business and Management series). *Cheltenham: Edward Elgar*
- Hack-Polay, D., Igwe, P. A., & Madichie, N. 2020. The role of institutional and family embeddedness in the failure of Sub-Saharan African migrant family businesses. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*. Ahead-of-print, <https://doi.org/10.1177/1465750320909732> [25].
- H. A. Farisi, M. Purnomo, E. Maulina. 2022. X Faktor dari Kesuksesan Kewirausahaan Rintisan yang Berbasis Teknologi. *Bisma: Jurnal Manajemen*, Vol. 8 No. 1, April. P-ISSN: 2476-8782.
- ILO. Women and men in the informal economy: a statistical picture (third edition) / International Labour Office – Geneva: ILO, 2018. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/documents/publication/wcms_626831.pdf
- Lituchy, T. R. 2019. Journal of African Business – Special Issue on the Diaspora, *Journal of African Business*, 20(1), 1-5.
- Lukiyanto, Kukuh & Wijayaningtyas, Maranatha. 2020. Technology Adoption as an Innovation in Entrepreneurial Marketing Dimension Allowing to Improve Micro and Small Businesses' Performance. *European Research Studies Journal*, *European Research Studies Journal*, vol. 0(1), pages 552-564.
- Madichie, N. O., Mpofo, K., & Kolo, J. 2017. Entrepreneurship development in Africa: Insights from Nigeria's and Zimbabwe's telecoms. *In Entrepreneurship in Africa*, 172-208.
- Mahmood, R., Mohd Zahari, A.S., Yaacob, N.M. & Mat Zin, S. 2017. Small firm performance: an empirical analysis in Malaysian housing construction industry. *International Journal of Housing Markets and Analysis*, 10(1), 50-65.
- McKim, C. A. 2017. The Value of Mixed Methods Research. *Journal of Mixed Methods Research*, 11(2), 202-222.
- Mukti Fajar, Reza Fahlevi, Yati Nurhayati, Hilaire Tegnan. 2020. Direct appointment of state-owned enterprises in the procurement of goods and services: unfair competition in tender in Indonesia. *International Journal of Procurement Management*. Vol. 13 Issue. 6. Hl. 818-830
- Ndoro, Tinashe Tsungai Raphael, Louw Lynette, and Kanyangale, Macdonald. 2019. Practices in operating a small business in a host community: a social capital perspective of Chinese immigrant entrepreneurship within the South African business context. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*



36(1/2): 148 DOI:[10.1504/IJESB.2019.096974](https://doi.org/10.1504/IJESB.2019.096974)

- Nurhalimah, Achdiar Redy Setiawan, Bambang Haryadi. 2019. Praktik Akuntansi Manajemen Bisnis Tua Berbasis Budaya Persaudaraan Madura. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, Volume 10, Nomor 1, April 2019, Hlm 1-21
- Ogunyankin, G. A. A. 2018. "Scented Declaration of Progress": Globalisation, Afropolitan Imagineering and Familiar Orientations. *Antipode*, 50(5), 1145-1165.
- Olomi, D., Charles, G., & Juma, N. 2018. An inclusive approach to regulating the second economy: A tale of four Sub-Saharan African economies. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 10(3), 447-471.
- Onyebueke, V. & Geyer, M. 2011. The informal sector in urban Nigeria: Reflections from almost four decades of research. *Team and Regional Planning*, 59, 65-76.
- Oyerinde, A., Akintunde, O., & Ademola, A. 2015. An examination of factors motivating informal entrepreneurship in Ibadan, Southwest Nigeria. *European Journal of Business and Management*, 7(24), 18-20.
- Ronald Gondosiswanto dan Dhyah Harjanti. 2013. Entrepreneurial Motivation Pengusaha Sektor Formal Dan Informal Di Jawa Timur. *AGORA* Vol. 1, No. 3.
- Shepherd, A. & Toms, S. 2019. Entrepreneurship, Strategy, and Business Philanthropy: Cotton Textiles in the British Industrial Revolution. *Business History Review*, 93(3), 503-527.
- Tulus Tambunan, Ellyana Amran. 2022. Pemberdayaan Penguatan Rintisan Usaha Bagi Calon Wirausaha Muda. *Jurnal Akal: Abdimas Dan Kearifan Lokal*. E-ISSN 2747-1128, Volume 3 Nomor 2, Agustus 2022, Halaman 122-140
- Walker, A. (2010) Tenacity and risk - the Lebanese in West Africa. BBC News, 25 January, 2010. Online at: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/8479134.stm> [Accessed 9 April 2010]
- Wijayaningtyas, Maranatha, Sipan Ibrahim, and Lukiyanto Kukuh. 2017. Informal Worker Phenomenon in Housing Construction Project. *AIP Conference Proceedings*. Volume 1903 Issue 1
- Williams, C. C., & Kedir, A. M. 2017. Evaluating the impacts of starting up unregistered on firm performance in Africa. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 22(03). 175-180.
- Zoogah, D. B. 2008. African business research: A review of studies published in the journal of African business and a framework for enhancing future studies. *Journal of African Business*, 9(1), 219–255.