

*Jurnal* ISSN 1907-316X  
**Logos Spectrum**

**Volume 10, No 1, Januari - Maret 2015**

Pengaruh Media Iklan Terhadap Keputusan Konsumen  
Dalam Pembelian Perumahan Di Kota Manado  
Iren M. Pesik

Kajian Faktor-Faktor Yang Melatarbelakangi Produktivitas Kerja  
Pegawai Dinas Pekerjaan Umum Kota Manado  
Rolly Y. Y. Sendow

Kajian Potensi Sumberdaya Masyarakat Untuk Pengembangan Usaha  
Sapi Potong Di Kecamatan Kaidipang Kabupaten Bolaang Mongondow Utara  
Siska Nurcahyani Babay

Kajian Sosial Ekonomi Masyarakat Petani Miskin  
Kecamatan Kao Teluk Kabupaten Halmahera Utara  
Zulkifli Taib

Kajian Tingkat Kesejahteraan Keluarga Pengendara Motor Ojek  
Di Kecamatan Malalayang  
Idris Masuara

Pedagang Makanan Di Kawasan Bisnis On Boulevard (B On B)  
Dan Peningkatan Penghasilan Keluarga  
William Agustinus Atheros

Penerimaan Pajak Dan Kontribusinya Pada Pendapatan Daerah Kota Tidore  
Cuwandi Bi

Pengaruh Kualitas Layanan, Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen  
Koperasi Pegawai Negeri Rumah Sakit Umum Pusat Manado  
Katmang

Pengaruh Motif Berbelanja Dan Atribut Toko Terhadap Keputusan Pembelian  
Pada Multimart, Freshmart Dan Hypermart Di Manado.  
M A H D I

Restrukturisasi Organisasi Dan Tata Kerja Pemerintahan  
Pada Bagian Sekretariat Daerah Kantor Walikota Tidore Kepulauan  
Boas Lana



**UNIVERSITAS SAM RATULANGI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**JURUSAN SOSIOLOGI**

Jurnal				Manado	ISSN
	Vol 10	No 1	Hal 1 - 110		
Logos Spetrum				Januari – Maret 2015	1907-316X

ISSN 1907-316X

# **JURNAL LOGOS SPECTRUM**

Volume 10, No 1, Januari – Maret 2015

## **KOMPOSISI PERSONALIA JURNAL LOGOS SPECTRUM**

### **Pelindung**

Dekan Fisip Unsrat  
Philep M. Regar

### **Penanggung Jawab**

Ketua Jurusan Sosiologi  
Nicolaas Kandowangko

### **Pemimpin Umum/Redaksi**

Anthonius Purwanto

### **Redaktur Pelaksana**

Hendrik W. Pongoh

### **Dewan Redaksi**

Benedicta J. Moku  
Hendrik W. Pongoh  
I Nengah Punia  
Fonny J. Waani  
Eveline J.R. Kawung  
Shirley Y.V.I. Goni

### **Mitra Bebestari**

Basri Amin  
(Univ. Gorontalo)  
Yustinus Slamet Antono  
(STFT. St. Yohanes. Pematang Siantar)

### **Editor Eksekutif**

John Dewey Zakarias

### **Administrasi Keuangan**

Evie A.A. Suwu

**Diterbitkan Oleh : Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Unsrat  
Manado, bekerja sama dengan penerbit Media Pustaka Manado**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Kuasa karena atas petunjuk dan kasihnya sehingga kita senantiasa berkarya membangun peradaban bangsa, khususnya dalam pengembangan ilmu pengetahuan termasuk penerbitan *Jurnal Ilmiah Logos Spectrum* Volume 10 Nomor 1, Januari - Maret 2015

Pada volume kali ini, dimuat sepuluh artikel yang berupa hasil penelitian maupun kajian ilmiah dari beberapa penulis dengan latar belakang Akademik dari wilayah Sulawesi Utara, Maluku Utara, Gorontalo, Maluku dan Papua.

*Jurnal Logos Spectrum* merupakan media informasi dalam rangka menyebarkan berbagai karya ilmiah, baik berupa hasil penelitian maupun tulisan ilmiah populer yang ditulis oleh para penulis yang mempunyai latar belakang bidang ilmu sosial yang berminat mempublikasikan karya-karyanya demi pengembangan ilmu pengetahuan.

Semoga tulisan-tulisan yang dimuat dalam jurnal ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dalam pengembangan ilmu pengetahuan.

Selamat Membaca

**Redaksi**

ISSN 1907-316X

# JURNAL LOGOS SPECTRUM

VOLUME 10, NO. 1 JANUARI – MARET 2015

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR – ii

DAFTAR ISI – i

Pengaruh Media Iklan Terhadap Keputusan Konsumen dalam Pembelian Perumahan di Kota Manado—1  
Iren M Pesik

Kajian Faktor-Faktor yang melatarbelakangi Produktivitas Kerja Pegawai Dinas Pekerjaan Umum Kota Manado – 10  
Rolly Y. Y. Sendow

Kajian Potensi Sumberdaya Masyarakat Untuk Pengembangan Usaha Sapi Potong Di Kecamatan Kaidipang Kabupaten Bolaang Mongondow Utara – 18  
Siska Nurcahyani Babay

Kajian Sosal Ekonomi Masyarakat Petani Miskin Kecamatan Kao Teluk Kabupaten Halmahera Utara – 27

Kajalan Tingkat Kesejahteraan Keluarga Pengendara Motor Ojek Di Kecamatan Malalayang – 39  
Idris Masuara

Pedagang Makanan di Kawasan Bisnis On Boulevard (B On B) dan Peningkatan Penghasilan Keluarga – 48  
William Agustinus Areros

Penerimaan Pajak Dan Kontribusinya Pada Pendapatan Daerah Kota Tidore – 71  
Cuwandi Bi

Penegaruh Kualitas Layanan, Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Koperasi Pegawaqi Negeri Rumah Sakit Umum Pusat Manado – 85  
Katimang

Pengaruh Motif Berbelanja Dan Atribut Toko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Multimart, Freshmart Dan Hypermart Di Manado – 92  
Mahdi

Restrukturisasi Organisasi Dan Tata Kerja Pemerintahan Pada Bagian Sekretariat Daerah Kantor Walikota Tidore Kepulauan – 103  
Boas Lana

Jurnal				Manado	ISSN
	Vol 10	No 1	Hal 1-110		
Logos Spectrum				Januari-Maret 2015	1907-316X

## Pedagang Makanan Di Kawasan Bisnis On Boulevard (B On B) Dan Peningkatan Penghasilan Keluarga

William Agustinus Areros

### Abstract

*The Informal sector Raising can reserve worker of peoples of low-income. Generally the informal sector is the earn of living for the people in low-income sector that can not be organized and achieved by government policy. In fact, the informal sector along this time result in as income contributor for our nation (Cahyono, 1985 : 58.*

*The area of business on Boulevard, located along about 4,5 Kilometres, is a place strategic for the peoples to have pleasure together with their family, friend to enjoy the beautiful of Manado Beach, the sunset while they look Manado Tua Island. All of this results in creating working field in informal sector that can be shown along road side where there are raising their places to sell foods, candies, cigarettes, etc. The small trades with their selling hut categorized as temporary since their activities happened only in any time, especially when there are products of fruits, corns or special food like nasi kuning (Yellow rice) or ginger rise from bamboo, etc. The foods sold are coming from not only Manado culinary cultivation, but also from Javaness, Gorontalo and other tribes culinary cultivation.*

*The level of education is not preventing to enter this informal sector in particular, food sellers, nevertheless, theoretically the higher the potency of peoples to enhance their business since they have high skill for the activities. But in fact, this case can not happen yet because it seem that it is important that they have will and effort to raise the income of family.*

Keywords : Food trader, Raising family income.

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan penduduk di bumi kita yang persebarannya tak merata dalam menciptakan daerah-daerah dengan penumpukan manusia di kota besar, sejalan dengan meningkatnya migrasi dari desa. Di kota jumlah orang yang mencari pekerjaan di berbagai sektor semakin meningkat sedangkan jumlah pekerja yang di butuhkan semakin sedikit akibat kemajuan teknologi hal ini mendorong terjadinya pengangguran.

Pertambahan penduduk di kota jauh lebih pesat dibandingkan kemampuan pemerintah untuk menyediakan fasilitas pelayanan yang memadai dan juga termasuk tersedianya lapangan kerja. Bagi mereka yang cukup beruntung memperoleh pekerjaan di kota dan memperoleh penghasilan memadai dibandingkan dari mereka yang bekerja di desa.

Penciptaan lapangan pekerjaan dan

peningkatan produktivitas yang semakin meluas akan menambah pendapatan penduduk yang bersangkutan. Suatu Kebijakan yang diarahkan pada perluasan kesempatan kerja serta produktivitas tenaga kerja harus dilihat dalam hubungan dengan kebijaksanaan yang menyangkut pemanfaatan dalam masyarakat. Langkah pertama dalam kebijaksanaan lapangan kerja ialah mengadakan identifikasi terperinci, tidak hanya masalah jumlah angkatan kerja, tetapi juga lokasi dan penggolongan menurut lingkungan hidup, persebaran antar daerah, antar sektor, antar kota dan pedesaan, dan sebagainya (Sumitro Djojohadikusumo, 1984 : 3).

Seperti diketahui, orang yang bekerja dan memperoleh penghasilan di kota dari sektor formal dan informal. Namun perlu diakui bahwa dengan meningkatnya jumlah tenaga kerja sampai saat ini telah membuat sektor formal tak mampu menyerap tenaga

Pedagang Makanan Di Kawasan Bisnis On Boulevard (B On B)  
Dan Peningkatan Penghasilan Keluarga

kerja. Akibatnya tenaga kerja yang ada terserap ataupun tertampung sebagian besar ditampung pada sektor informal.

Hadirnya sektor informal ini benar-benar dapat menyerap tenaga kerja bagi masyarakat yang berpenghasilan rendah. Sektor informal pada dasarnya merupakan sumber penghidupan yang bergerak dalam sektor ekonomi lemah yang tak terorganisir dan terjangkau oleh kebijaksanaan pemerintah. Sektor informal selama ini memang diakhiri dengan sebagai pemberi kontribusi pendapatan bagi perekonomian Negara kita. (Cahyono, 1985 : 58).

Sektor informal pada hakekatnya merupakan konsep ekonomi suatu unit usaha dan tidak punya kaitan dengan jabatan tertentu. Kegiatan usaha tidak terorganisir dengan baik, hal ini antara lain karena timbulnya unit usaha tidak memanfaatkan fasilitas atau lembaga yang tersedia. Unit usaha di sektor informal umumnya tidak mempunyai izin usaha bahkan pola kegiatan usahanya tidak teratur baik, terutama dari segi lokasi maupun jam kerja. Kebijakan pemerintah untuk membantu golongan ekonomi lemah kurang tersentuh di sektor ini, sehingga modal usaha dan perputaran usaha relatif kecil, yang mengakibatkan pula skala operasinya pun kecil. Sumber dana modal usaha pada sektor informal ini kebanyakan berasal dari tabungan sendiri atau lembaga pelepas uang yang tidak resmi sementara unit usahanya termasuk golongan yang buruhnya berasal dari keluarga sendiri atau merupakan usaha bersama antara beberapa orang atau dasar saling percaya tanpa dilengkapi dengan surat perjanjian tertulis. Hasil produksi atau jasa terutama dikonsumsi oleh golongan masyarakat kota atau desa yang berpenghasilan rendah sampai menengah ataupun tinggi (Syarif, 1987 : 27).

Karakteristik sektor informal seperti dikemukakan oleh Keith Hart dalam bukunya C. Maning dan Tadjuddin (1975 : 75) mengatakan sektor informal

bersifat padat karya, kekeluargaan, pendidikan formal rendah, tidak ada proteksi pemerintah, keahlian dan keterampilan rendah, mudah dimasuki, berubah-ubah dan tidak stabil, tingkat penghasilan tidaklah sepenuhnya dibenarkan.

Atas dasar itulah maka yang dimaksud dengan sektor informal adalah sektor yang kegiatan ekonomi marginal (kecil-kecilan) dengan ciri-ciri seperti :

1. Pola kegiatannya tidak teratur baik dalam waktu, permodalan maupun penerimaan.
2. Tidak tersentuh oleh peraturan atau ketentuan yang ditetapkan oleh pemerintah.
3. Modal, peralatan dan perlengkapan maupun pemasukan biasanya kecil dan di usaha atas dasar hitungan harian.
4. Umumnya tidak mempunyai tempat usaha yang permanen dan terpisah dari tempat tinggal.
5. Tidak ada keterkaitan dengan usaha yang lebih besar.
6. Umumnya dilakukan untuk melayani pada golongan masyarakat yang berpenghasilan rendah.
7. Tidak membutuhkan keahlian dan keterampilan khusus, sehingga secara fleksibel (bergerak bebas) dapat menyerap bermacam tingkat pendidikan tenaga kerja.
8. Umumnya tiap-tiap satuan usaha memperkerjakan tenaga kerja yang sedikit dan ada hubungan keluarga, kenalan atau berasal dari daerah yang sama.
9. Tidak mengenal sistem perbankan pembukuan, serta perkreditan, tidak adanya perlindungan dari pihak pemerintah dan sebagainya.

Fakta yang ada selama ini sektor informal dengan berbagai ciri yang mampu menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat golongan ekonomi lemah yang berpenghasilan menengah ke bawah dan tidak menutup kemungkinan bagi yang berpenghasilan

tinggi. Secara umum dapat dikatakan bahwa pertumbuhan sektor informal pada dasarnya dapat meningkatkan pendapatan ekonomi golongan lemah dan mengurangi tingkat pengangguran.

Karakteristik lainnya keberadaan sektor informal dapat kita amati dan perekonomian kota Manado adalah bervariasinya jam kerja, karena mereka adalah pekerja mandiri dimana untuk masuk ke sektor ini tidak memerlukan ketrampilan tinggi, tidak membutuhkan modal yang besar dan mereka menggunakan bahan di tempat dengan harga yang relatif murah.

Salah satu contoh yang menarik dari sektor informal yang ada di kota Manado seperti adanya pedagang kaki lima di mana yang dimaksud adalah penjualan makanan yang berada di kawasan Bisnis On Boulevard.

Kawasan Bisnis On Boulevard yang berjarak kurang lebih 4,5 km, adalah merupakan tempat yang strategis untuk orang-orang bersantai dengan keluarga, teman atau sahabat dengan menikmati indahnya pantai Manado, matahari terbenam dan bisa melihat Pulau Manado Tua. Semua itu menciptakan lapangan kerja di sektor informal yang kita lihat di sepanjang pinggiran jalan sebelah laut bermunculan kios-kios yang menjajakan makanan, rokok dan lain-lain. Para pedagang kecil dengan kios darurat/serderhana ini dikategorikan sementara/tidak tetap karena aktivitas ini hanya nampak pada saat-saat tertentu hal ini ditunjang dengan sarana penerangan lampu yang tidak seterang rumah makan besar di bantu oleh lampu penerangan jalan disepanjang pinggiran jalan. Makanan yang dijual berbagai macam rasa, dan bukan hanya saja budaya dari Manado yang menjadi pedagang makanan tetapi bermacam budaya dalam menjual makanan di pinggiran kawasan Bisnis On Boulevard. Kegiatan yang mulai berlaku dari jam 09.00 sampai dengan jam 02.00 dinihari atau mungkin lebih sampai dagangannya habis.

Para pedagang makanan ini sebenarnya merupakan bagian dari masyarakat urbanisasi yang berasal dari daerah Minahasa, Gorontalo, Pulau Jawa dan sebagainya dengan berbagai macam latar belakang. Dimana mereka datang ke kota Manado yang memiliki daya tarik, untuk mencari alternatif pekerjaan sebagai akibat dari berbagai alasan dan rintangan dalam kondisi kehidupan dalam keluarga. Sebagian dari mereka berasal dari sektor pertanian sehingga mereka harus memilih alternatif mata pencaharian lain di sektor informal, yaitu berdagang atau menjual makanan di kawasan boulevard dengan satu harapan memperoleh kehidupan yang lebih baik.

#### **B. Rumusan Masalah**

Sesuai latar belakang yang telah dijelaskan diatas penulis menetapkan pokok permasalahan dalam penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh penjualan makanan di kawasan Bisnis On Boulevard (B On B) bagi pendapatan keluarga.
2. Apakah dengan menjual makanan di kawasan Bisnis On Boulevard dapat memenuhi kebutuhan keluarga.

#### **C. Tujuan**

Tujuan penelitian.

- a. Untuk mengetahui apakah dengan berjualan makanan mereka dapat meningkatkan pendapatan keluarga.
- b. Untuk mengetahui bagaimana tanggung jawab dalam pemenuhan kebutuhan hidup dalam keluarga.

#### **D. Fokus Penelitian**

1. Bagaimana motivasi para penjual makanan Dalam meningkatkan pendapatan keluarga.
2. Dampak sosial ekonomi terhadap peningkatan pendapatan keluarga.

#### **KERANGKA TEORI**

##### **A. Perspektif ekonomi dan Bisnis Terhadap Penjualan Makanan Dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga**

Manusia hidup di dunia ini berusaha

## Pedagang Makanan Di Kawasan Bisnis On Boulevard (B On B) Dan Peningkatan Penghasilan Keluarga

Manusia hidup di dunia ini berusaha sedapat mungkin agar bisa menjalani kehidupannya dalam waktu yang relatif panjang, oleh karena itu manusia berusaha mempertahankan hidupnya dengan berbagai cara untuk memenuhi kebutuhan hidup. Demikian pula halnya dengan keluarga yang terdiri dari manusia yang ingin hidup dalam waktu relatif panjang pada suatu tempat tertentu. Sejarah kehidupan manusia ataupun keluarga hidupnya berpindah-pindah, akan tetapi dewasa ini sudah sangat sulit menemukan keluarga yang hidup berpindah-pindah dalam upaya untuk bisa mempertahankan hidupnya, itulah sebabnya salah satu pilihan manusia dan keluarga menetap pada suatu tempat dan faktor kemudahan untuk memperoleh kebutuhan hidupnya sangatlah diperhitungkan.

Manusia berusaha mempertahankan hidupnya dengan berusaha mencukupi kebutuhannya yang primer maupun yang sekunder, kebutuhan yang primer dikenal yaitu : makanan, pakaian serta penyaluran seksual dan sebagainya, adapun yang sekunder; perumahan, peralatan/pelengkap, kendaraan dan sebagainya. Salah satu yang hakiki mendorong tiap manusia berkeluarga adalah melanjutkan keturunan melalui penyaluran seksual sesuai dengan norma yang berlaku pada kehidupan masyarakat dan tentu saja dilengkapi berbagai tujuan yang tertentu termasuk mencukupi akan kebutuhan ekonomi keluarga dan kesejahteraan ekonomi keluarga. Seperti halnya dikemukakan oleh Murdock (Philip Robinson 1986 : 15), keluarga adalah "suatu kelompok sosial yang di tandai oleh tempat tinggal bersama, kerjasama ekonomi, dan produksi". Sehubungan dengan hal ini maka ada anggapan salah satu fungsi keluarga yakni keluarga merupakan unit produksi dengan kata lain bahwa pada keluarga ada kehidupan memproduksi sesuatu jenis kebutuhan, kehidupan keluarga itu sendiri maupun masyarakat

yang diperoleh melalui kerjasama dan sesama anggota masyarakat.

Sehubungan dengan penulisan ini, usaha dari keluarga mempertahankan kehidupannya dengan motif ekonomi, dalam hal ini keluarga memproduksi bahan makanan yang akan dikonsumsi oleh mereka sendiri maupun dijual pada anggota masyarakat lainnya. Tindakan ini dilakukan oleh keluarga tertentu karena mereka tidak memiliki unsur produksi lainnya seperti tanah yang luas untuk menghasilkan produksi pertanian secara besar-besaran dan dapat di manfaatkan oleh seluruh masyarakat. Kelebihan-kelebihan itu dimanfaatkan untuk kelangsungan hidupnya. Apabila memperoleh selisih yang banyak dan ini terjadi berulang-ulang oleh waktu yang panjang dalam kehidupan masyarakat menjadi simbol kemakmuran seperti halnya dikemukakan oleh Moh. Hatta (1985 : 10-11) manusia senantiasa berada di dalam hidup kekurangan kemakmuran, kekurangan kemakmuran itulah yang memaksa dia bertindak menurut prinsip ekonomi yaitu dengan modal tertentu mendapatkan hasil yang tertentu. Menurut Sutanto (Winardi 1977 : 9) penjual adalah "usaha manusia untuk menyampaikan barang kebutuhan yang telah dihasilkan kepada mereka yang membutuhkannya dengan imbalan uang menurut harga yang telah ditentukan". Adapun yang di maksud dengan pedagang dalam penulisan ini yakni pedagang makanan yang beragam baik dari sisi jenis makanan maupun latar belakang kedaerahan merupakan sumber asal masakan yang tentunya satu sama lainnya berbeda rasanya maupun harganya. Hal itu merupakan daya tarik bagi pembeli untuk memilih ataupun menentukan selera masing-masing. Apakah ini merupakan keterampilan dari pihak penjual itu sendiri ataupun mereka memanfaatkan orang-orang tertentu untuk memasak. Seorang ahli psikologi penjual menurut Faisal Aff (1981 :28), seorang penjual harus mengetahui :

1. Apa yang dijual.
2. Cara yang tepat untuk menghadapi bermacam-macam orang.
3. Bagaiman harus menjual, apa yang harus diperhatikan, apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan.

Disamping itu seorang penjual :

1. Harus mampu berbicara dengan lancar dan dapat mengutarakan pendapatnya dengan baik dan jelas.
2. Harus tahu apakah pekerjaan ini cocok baginya.
3. Harus pandai berbicara dengan para langganannya.

Ungkapan di atas ini sangatlah berhubungan dengan tindakan manusia penjual yang akan berhadapan dengan pembeli untuk saling berinteraksi satu sama lainnya yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan dari pihak lain dengan mengharapkan tercapai satu kepuasan

Adapun imbalan yang diberikan oleh pembeli jika di potong dengan biaya yang dikeluarkan untuk mempersiapkan makanan yang akan diambil oleh pembeli, selisihnya dalam bahasa yang lazim dikenal apa yang disebut dengan pendapatan. Dalam kepustakaan ilmu ekonomi sebutan itu ada pula pada sistem ekonomi, menurut Winardi (1985 : 55), kamus ekonomi mendefinisikan "pendapatan atau penghasilan sebagai hasil berupa uang atau hasil material lainnya yang dapat dicapai dari penggunaan kekayaan atau jasa-jasa manusia bebas".

Pandangan lain yang menyangkut pendapatan seperti dikemukakan oleh Kaare Svalastoga (1989 : 28) menyatakan adalah "upah dan hasil usaha sendiri merupakan bagian dari pendapatan". Bisa di pahami bersama, sebagian besar kegiatan dari manusia maupun masyarakat cenderung untuk mengejar apa yang disebut dengan pendapatan itu agar dapat menukarkan dengan barang lain sebagai kebutuhan hidup manusia (hal inilah yang berlaku pada masyarakat pedesaan atau perkotaan). Pada masyarakat perkotaan

tindakan-tindakan itu lebih banyak peluang bila dibandingkan dengan masyarakat pedesaan yang terbatas karena tergantung pada lingkungan hidupnya, yang pada gilirannya hasil produksi pada masyarakat pedesaan tentunya akan berbeda dengan masyarakat hasil produksi masyarakat perkotaan.

Kawasan Bisnis On Boulevard adalah salah satu kawasan yang ramai oleh arus lalu lintas maupun arus anggota masyarakat yang ingin rileks, hal itulah yang mendorong sebagian anggota masyarakat atau keluarga-keluarga tertentu melakukan usahanya yang bersifat ekonomi agar bisa memperoleh pendapatan yang nantinya menunjang kelangsungan hidupnya sebagai warga kota Manado. Para penjual tersebut merupakan keluarga pendatang dari berbagai daerah, antara lain Minahasa, Gorontalo, bahkan dari Jawa dan lain sebagainya sehingga lokasi itu bukan hanya jadi peluang berusaha akan tetapi merupakan peluang untuk berinteraksi dengan masyarakat daerah lainnya.

## METODE PENELITIAN

### A. Sifat Penelitian

Menurut Mardalis (1989 : 26), penelitian deskriptif adalah bertujuan mendeskripsikan apa yang berlaku, mencatat, mentabulasi dan menghitung rata-ratanya, analisa, interpretasikan kondisi yang sekarang terjadi atau ada.

### Populasi dan Sampel

Menurut Singarimbun dan Effendi (1991 : 152), populasi adalah jumlah keseluruhan dari unit analisis yang cirinya akan diduga, sedangkan sampel adalah bagian dari populasi yang akan diteliti. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah para penjual makanan yang berjumlah 80 penjual tersebar di 8 kelurahan sepanjang kawasan Bisnis On Boulevard. Sedang untuk penentuan sampel digunakan teknik sampling random sederhana, mengingat penyebaran para penjual makanan di setiap tempat/kelurahan

mengingat penyebaran para penjual makanan di setiap tempat/kelurahan tidak merata maka ditetapkan 30 sampel yang dianggap mewakili setiap tempat dan jenis makanan. 30 sampel ini terbagi masing-masing 10 penjual dari setiap penjual makanan khas Minahasa, penjual makanan khas Jawa (nasi goreng, bakso, gado-gado, dll), dan penjual pisang goreng dan tahu isi.

Dimana menurut K. D. Bailey (dalam Irawan Soehartono 1995 : 58) untuk setiap penelitian yang akan menggunakan statistik besar sampel yang paling kecil adalah 30 sampel. Sedang menurut Faisal (1992 : 70) ukuran besarnya sampel bukanlah pertimbangan satu-satunya untuk bisa menjamin ketepatan atau keakuratan inferensi, representatif tidaknya sampel berdasarkan sifat atau ciri populasi, tetap menjadi pertimbangan terpenting dalam memilih sampel.

#### B. Variable Penelitian

Dalam penelitian ini variable yang akan diteliti adalah :

- Penjual makanan sebagai variable independent atau variable yang mempengaruhi.
- Pendapatan keluarga sebagai variable dependent atau variable yang dipengaruhi.

#### C. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data dalam penelitian menyangkut masalah yang akan diteliti untuk peneliti menggunakan tiga cara yaitu :

- Pengamatan kepustakaan dengan melihat teori-teori sebagai dasar pendukung.
- Pengumpulan data dengan informasi di melalui instansi/dinas yang terkait di Kota Manado.
- Pengamatan lapangan dengan cara melakukan observasi di lapangan melakukan wawancara dan juga menggunakan kuesioner.

#### D. Teknik Analisis Data

Penulis menggunakan analisis data

dengan menggunakan metode kualitatif, yang analisisnya menggunakan table frekwensi dan prosentase, dengan sumber data utama adalah kata-kata dan tindakan, di samping sumber bahan pustaka dan dokumen.

### GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

#### A. Gambaran Umum Kota Manado

##### 1. Kecenderungan Perkembangan Kota Manado

Kota Manado merupakan kota yang sangat prospektif dalam perkembangan karena terletak dibibir Pasifik. Hal ini mendorong Pemerintah Kota Manado untuk merencanakan pengembangan Kota Manado dengan mengeluarkan Peraturan Daerah No. 03 Tahun 2001 tentang Pola Dasar (Poldas) pembangunan Kota Manado Tahun 2000-2025, yang salah satu pelaksanaannya melalui Rencana Strategi (RENSTRA) Kota Manado.

Dalam pengembangan, di tetapkan Visi dan Misi Kota Manado yaitu :

##### a. Visi Kota Manado

"Manado Kota Pantai nyiur melambai maju dalam peradaban dan kesejahteraan".

##### b. Misi Kota Manado

"Mewujud Kota Manado yang asri, berorientasi pada kepentingan masyarakat dan peran global, dengan kepentingan masyarakat dan peran global, dengan meningkatkan kualitas pelayanan berdasarkan rencana penataan ruang kota".

##### c. Gambaran khusus Kawasan Boulevard

Kota Manado sebagai Ibukota Propinsi Sulawesi utara mempunyai fungsi kota pusat pertumbuhan Sulawesi Utara, pusat pemerintahan, pusat perdagangan dan jasa, pusat pengembangan pariwisata, pusat pengembangan pendidikan dan juga pusat pengembangan kebudayaan.

Dengan kondisi morfologi yang

ada maka kawasan yang potensial sebagian besar berada di kawasan pesisir pantai karena memiliki panorama yang indah yaitu Teluk Manado, kawasan Pulau Bunaken, dan kawasan Pulau Manado Tua. Berbagai pesona alam pesisir ini merupakan daya tarik tersendiri bagi kegiatan perekonomian dan sosial kemasyarakatan sehingga kini telah menumbuhkan Central Bussines dan Tourism District (CBTD).

Salah satu hal yang menunjang usaha pengembangan itu adalah tersedianya sarana transportasi yang mendukung guna pengembangan kawasan pesisir pantai dan upaya mencegah kemacetan di pusat Kota Manado yang semakin lama semakin padat kendaraan seiring dengan peningkatan dan pertumbuhan sektor ekonomi. Oleh karena itu maka di bangunlah kawasan Bisnis On Boulevard yang panjangnya kurang lebih 4,5 Km memanjang melewati beberapa kelurahan antara lain Kelurahan Bahu, Sario Tumpa, Sario Utara, Titiwungan Selatan, Titiwungan Utara, Wenang Selatan, Wenang Utara.

## 2. Potensi Ekonomi

Pertumbuhan ekonomi daerah adalah salah satu indikator yang menunjukkan sejauh mana aktivitas perekonomian di suatu daerah bisa menghasilkan nilai tambah bagi pendapatan masyarakat dalam kurun waktu tertentu dan bertambahnya pendapatan riil masyarakat, maka kesejahteraan tentunya diharapkan meningkat, memungkinkan terjadinya pemupukan modal pelaksanaan pembangunan lebih lanjut.

Sebelum krisis pertumbuhan ekonomi Kota Manado di atas 10 % sedangkan pada waktu krisis turun menjadi 0,32 % pada tahun 1998 dan kemudian naik lagi mencapai 5,62 % pada tahun 2000, dimana produk Domestik Regional Bruto (PDRB) mencapai Rp. 893,29 Milyar (harga konstan) atau Rp. 2,14 Triliun (harga berlaku).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Kehidupan Penjual Makanan di Kawasan Bisnis On Boulevard

#### 1. Daerah Asal Penjual Makanan

Table 1  
Daerah Asal Penjual Makanan

No	Daerah Asal	Frekuensi	Persentase
1	Minahasa	8	27%
2	Sangihe	2	7%
3	Jawa	7	23%
4	Gorontalo	13	43%
	Jumlah	30	100%

Sumber : Hasil Wawancara 1 – 5 Desember 2014

Selanjutnya dari 30 responden kita akan melihat pembagian jumlah penjual makanan sesuai dengan jenis makanan yang dijual menurut

daerah asal dimana setiap jenis makanan terbagi dalam 10 responden.

**Table 2**  
**Daerah Asal Penjual Makanan Khas Minahasa.**

No	Daerah Asal	Frekuensi	Persentase
1	Gorontalo	-	0
2	Minahasa	8	80%
3	Sangihe	2	20%
4	Jawa	-	0
	Jumlah	10	100%

Sumber : Hasil Wawancara 1 – 5 Desember 2014

Dari 10 responden daerah asal Minahasa 80 % dan Sangihe 20 % memilih menjadi penjual makanan khas Minahasa karena merupakan makanan khas mereka sendiri yang keahliannya didapat secara turun temurun yang kalau melihat prospek dari keadaan Kota Manado yang mayoritas beragama Kristen yang menu utamanya adalah daging babi.

Sehingga hanya mereka yang berasal latar belakang yang sama saja misalnya yang berasal dari daerah Sanger bisa ikut berjualan makanan khas Minahasa. Jika di bandingkan dengan mereka yang berasal dari Gorontalo dan Jawa dan rata-rata beragama islam tentu saja secara otomatis tidak bisa berjualan makanan khas Minahasa.

**Table 3**  
**Daerah Asal Penjual Makanan Khas Jawa.**

No	Daerah Asal	Frekuensi	Persentase
1	Gorontalo	3	30%
2	Minahasa	-	0
3	Sangihe	-	0
4	Jawa	7	70%
	Jumlah	10	100%

Sumber : Hasil Wawancara 1 – 5 Desember 2014

Walau makanan khas Minahasa sangat digemari akan tetapi karena konsumsi masyarakat Kota Manado cukup tinggi dan keingintahuan mereka akan sesuatu hal yang lain demikian tinggi pula sehingga tidak menutup kemungkinan untuk mencoba makanan khas Jawa yang enak dan praktis (cepat saji) dimana pada akhirnya menjadi sesuatu yang sangat digemari terutama menu gado-gado, mie bakso, nasi goreng, ayam goreng dan lain-lain yang mempunyai ciri khas tertentu dari 10 responden mereka yang

berasal dari Jawa 70%. Adapula mereka yang berasal dari daerah Gorontalo 30% yang menjual makanan khas Jawa, itu karena jiwa dagang mereka yang begitu besar dan melihat potensi yang ada sehingga tidak menutup adanya kemungkinan mereka berjualan makanan khas Jawa, dan bagi mereka asal mendapat untung makanan khas apa saja bisa dijual yang penting tidak bertentangan dengan kepercayaan mereka seperti makanan khas Minahasa.

**Table 4**  
Daerah Asal Penjual Pisang Goreng dan Tahu Isi

No	Daerah Asal	Frekuensi	Persentase
1	Gorontalo	10	100%
2	Minahasa	-	-
3	Sangihe	-	-
4	Jawa	-	-
	Jumlah	10	100%

Sumber : Hasil Wawancara 1 – 5 Desember 2014

Khusus untuk pisang goreng dan tahu isi dari 10 informan 100% penjual yang berasal dari daerah Gorontalo sebab seperti ungkapan mereka bahwa "mereka bukan orang Gorontalo kalau tidak tahu pisang goreng dan tahu isi". Hal itu merupakan keahlian yang turun temurun dan merupakan sesuatu hal yang telah membudaya dalam menjual makanan pisang goreng dan tahu isi dari daerah Gorontalo. Demikian halnya dengan makanan khas Minahasa dan makanan khas Jawa, pisang goreng dan tahu isi juga merupakan makanan yang

sangat digemari terutama oleh anak-anak muda Kota Manado sebagai makanan kecil di waktu mereka bersantai.

Kalau melihat secara keseluruhan dari 30 responden dapat diketahui bahwa etnis yang paling banyak memasuki sektor informal terutama sebagai penjual makanan adalah dari etnis daerah Gorontalo, karena dari sektor pertanian mungkin tidak lagi dapat menjamin kehidupan walaupun demikian mereka juga mempunyai jiwa berdagang.

2. Daerah Asal dan Tingkat Pendidikan Penjual Makanan.

**Table 5**  
Daerah Asal Minahasa dan Tingkat Pendidikan.

No	Tingkat Pendidikan	Frekuensi	F.Kumulatif	Persentas e	Persentas e Kumulatif
1	SD	1	1	12,5 %	12,5 %
2	SLTP	1	2	12,5 %	25 %
3	SMU	5	7	62,5 %	87,5 %
4	Universitas	1	8	12,5 %	100%
	Jumlah	8	18	100%	

Sumber : Hasil Wawancara 1 – 5 Desember 2014

Daerah asal Minahasa sebagian besar berpendidikan menengah keatas sebelumnya mereka rata-rata bekerja sebagai wirausahawan, karyawan, pendeta dan sebagainya yang akhirnya beralih profesi atau bekerja sampingan sebagai penjual makanan karena menguntungkan dan disisi lain dekat dengan tempat tinggal dengan begitu membuktikan semakin tinggi tingkat pendidikan

semakin baik pula pengetahuan mereka untuk bisa melihat adanya peluang usaha dalam meningkatkan pendapatan keluarga. Walaupun pada kenyataannya ada beberapa orang yang berpendidikan rendah. Dari hasil wawancara mereka mengatakan bukan karena mereka tidak ingin bersekolah tetapi latar belakang keluarga yang tidak mampu menyekolahkan mereka

Pedagang Makanan Di Kawasan Bisnis On Boulevard (B On B)  
Dan Peningkatan Penghasilan Keluarga

dan untuk mencukupi kebutuhan pedagang makanan.  
sehingga mereka memilih menjadi

**Table 6**  
**Daerah Asal Sanger dan Tingkat Pendidikan.**

No	Tingkat Pendidikan	Frekuensi	F.Kumulatif	Persentas e	Persentas e Kumulatif
1	SD				
2	SLTP	1	1	50 %	50 %
3	SMU	1	2	50 %	100 %
4	Universitas				
	Jumlah	2	3	100%	

Sumber : Hasil Wawancara 1 – 5 Desember 2014

**Table 7**  
**Daerah Asal Jawa dan Tingkat Pendidikan.**

No	Tingkat Pendidikan	Frekuensi	F.Kumulatif	Persentas e	Persentas e Kumulatif
1	SD	1	1	14 %	14 %
2	SLTP	2	3	29 %	43 %
3	SMU	4	7	57 %	100 %
4	Universitas	1	8	12,5 %	100%
	Jumlah	7	11	100%	

Sumber : Hasil Wawancara 1 – 5 Desember 2014

Daerah asal Jawa rata-ratanya mereka berpendidikan menengah kebawah, dari hasil wawancara ada beberapa yang mengikuti kursus keterampilan. walaupun mereka berasal dari latar belakang keluarga

yang kurang mampu dan lapangan usaha terutama di daerah jawa yang sempit dengan keahlian yang dimiliki baik itu melalui kursus maupun dari keahlian warisan keluarga.

**Table 8**  
**Daerah Asal Gorontalo dan Tingkat Pendidikan.**

No	Tingkat Pendidikan	Frekuensi	F.Kumulatif	Persentas e	Persentas e Kumulatif
1	SD	8	8	61,5 %	61,5 %
2	SLTP	4	12	30,8 %	92,3 %
3	SMU	1	13	7,7 %	100 %
4	Universitas				
	Jumlah	13	18	100%	

Sumber : Hasil Wawancara 1 – 5 Desember 2014

Pedagang makanan yang asal Gorontalo ternyata sebagian besar mereka berpendidikan rendah ini disebabkan karena latar belakang keluarga kebanyakan berasal dari keluarga pedagang maka keahlian mereka berlangsung turun temurun, hal ini sangat berpengaruh pada

tingkat pendidikan baik penjual itu sendiri maupun anak-anak mereka, walaupun ada keinginan mereka untuk sekolah lebih tinggi tetapi mereka lebih memilih berdagang untuk menghasilkan uang dan menambah pendapatan keluarga.

## 3. Lamanya Penjual Makanan di Kawasan Boulevard Berdagang

**Table 9**  
Lamanya Penjual Makanan Khas Minahasa Berdagang

No	Lama Berdagang	Frekuensi	F.Kumulatif	Persentase	Persentase Kumulatif
1	1 Tahun				
2	2 Tahun				
3	3 Tahun	5	5	50%	50%
4	4 Tahun	2	7	20%	70%
5	5 Tahun	3	10	30%	100%
	Jumlah	10	22	100%	

Sumber : Hasil Wawancara 1 – 5 Desember 2014

**Table 10**  
Lamanya Penjual Makanan Khas Jawa Berdagang

No	Lama Berdagang	Frekuensi	F.Kumulatif	Persentase	Persentase Kumulatif
1	1 Tahun				
2	2 Tahun	1	1	10%	10%
3	3 Tahun	2	3	20%	30%
4	4 Tahun	4	6	30%	60%
5	5 Tahun	5	10	40%	100%
	Jumlah	10	20	100%	

Sumber : Hasil Wawancara 1 – 5 Desember 2014

**Table 11**  
Lamanya Penjual Pisang Goreng dan Tahu Isi Berdagang

No	Lama Berdagang	Frekuensi	F.Kumulatif	Persentase	Persentase Kumulatif
1	1 Tahun	4	4	40%	40%
2	2 Tahun	1	5	10%	50%
3	3 Tahun	1	6	10%	60%
4	4 Tahun	2	8	20%	80%
5	5 Tahun	2	10	20%	100%
	Jumlah	10	33	100%	

Sumber : Hasil Wawancara 1 – 5 Desember 2014

Tabel di atas memperlihatkan sudah berapa lama seorang menjadi penjual makanan baik itu dari makanan khas Minahasa, makanan khas Jawa, juga pisang goreng dan tahu isi ternyata dilihat dari jumlah dan persentase ini menggambarkan sebagian besar penjual makanan sudah menggantungkan hidupnya pada sektor informal walau sebagai

penjual makanan di kawasan Bisnis On Boulevard karena dengan begitu mereka juga bisa mendapatkan pendapatan yang besar.

Mereka yang baru 1 tahun sampai dengan 2 tahun berdagang bukan karena baru berdagang tetapi karena banyaknya penjual makanan yang tersebar di sepanjang jalan kawasan Bisnis On Boulevard

**Pedagang Makanan Di Kawasan Bisnis On Boulevard (B On B)  
Dan Peningkatan Penghasilan Keluarga**

sehingga mereka sulit mendapat tempat berdagang dan juga kalah bersaing di sektor formal. Ini menggambarkan bahwa mereka yang tertarik memasuki lapangan pekerjaan di sektor informal khusus

penjual makanan di kawasan Bisnis On Boulevard cukup banyak hanya keterbatasan lahan dan kondisinya saat ini tidak memungkinkan.  
4. Tempat Tinggal Penjual Makanan di Kawasan Bisnis On Boulevard

**Table 12  
Tempat Tinggal Penjual Makanan Khas Minahasa**

No	Tempat Tinggal	Frekuensi	Persentase
1	Rumah Kontrakan	10	100%
2	Rumah Sendiri		
3	Rumah Kost		
	Jumlah	10	100%

Sumber : Hasil Wawancara 1 – 5 Desember 2014

**Table 13  
Tempat Tinggal Penjual Makanan Khas Jawa**

No	Tempat Tinggal	Frekuensi	Persentase
1	Rumah Kontrakan	5	50%
2	Rumah Sendiri	5	50%
3	Rumah Kost		
	Jumlah	10	100%

Sumber : Hasil Wawancara 1 – 5 Desember 2014

**Table 14  
Tempat Tinggal Penjual Pisang Goreng dan Tahu Isi**

No	Tempat Tinggal	Frekuensi	Persentase
1	Rumah Kontrakan	5	50%
2	Rumah Sendiri	3	30%
3	Rumah Kost	2	20%
	Jumlah	10	100%

Sumber : Hasil Wawancara 1 – 5 Desember 2014

Tabel ini memperlihatkan dari 30 informan, dimana penjual makanan khas Minahasa rata-rata tempat tinggal mereka rumah sendiri dari 10 responden 100%. Ini membuktikan mereka yang sudah mempunyai rumah sendiri dimana dari segi ekonominya sudah baik sehingga mereka dari pendapatan yang ada selain untuk keperluan rumah tangga atau modal untuk berjualan sisa dari pendapatannya bisa mereka sisihkan untuk membeli rumah sendiri. Bagi makanan khas Jawa tempat tinggal mereka rata-

rata rumah kontrakan 50 % dan lainnya rumah sendiri 50 %. Ini membuktikan bagi mereka yang mempunyai rumah yang kontrakan mereka yang segi ekonominya sudah bercukupan dan mereka yang mempunyai rumah sendiri dari segi ekonominya mereka bisa sisihkan untuk beli rumah sendiri. Sedang untuk penjual pisang goreng dan tahu isi bahwa 5 orang (50%) sudah mengontrak rumah, 3 orang (30%) sudah mampu membeli rumah sendiri dan 2 orang (20 %) masih kost. Mereka yang sudah memiliki

rumah sendiri adalah mereka yang sudah lama menetap dan sudah mapan memperoleh pendapatan karena sudah mampu menyisihkan pendapatan untuk membeli rumah, mereka yang mengontrak rumah adalah mereka yang sudah memiliki penghasilan tetap dan usaha yang penghasilannya sudah memuaskan ini bisa dibuktikan dengan adanya pekerja yang ikut membantu usaha mereka dan tinggal bersama mereka, sedang mereka yang masih tinggal di rumah kost adalah mereka yang penghasilannya belum cukup memadai dan usaha dagangannya

yang relatif masih agak kecil-kecilan.

#### B. Upaya Penjual Makanan di Kawasan Bisnis On Boulevard Dalam Memenuhi Kebutuhan Keluarganya.

##### 1. Waktu Berjualan Penjual Makanan di Kawasan Bisnis On Boulevard

Kalau kita melihat dalam usaha memenuhi kebutuhan keluarga memang tidak sedikit waktu yang diperlukan untuk berdagang agar memperoleh pendapatan yang besar. Selanjutnya kita akan melihat berapa waktu yang diperlukan oleh seorang penjual makanan untuk menjual dagangannya.

**Table 15**  
Waktu Berjualan Penjual Makanan Khas Minahasa

No	Lama Bekerja	Frekuensi	F.Kumulatif	Persentas e	% Kumulatif
1	9 Jam	3	3	30%	30%
2	10 Jam	2	5	20%	50%
3	11 Jam	1	6	10%	60%
4	12 Jam	2	8	20%	80%
5	13 Jam	2	10	20%	100%
	Jumlah	10	32	100%	

Sumber : Hasil Wawancara 1 – 5 Desember 2014

**Table 16**  
Waktu Berjualan Penjual Makanan Khas Jawa

No	Lama Bekerja	Frekuensi	F.Kumulatif	Persentas e	% Kumulatif
1	5 Jam	1	1	10%	10%
2	9 Jam	2	3	20%	30%
3	10 Jam	2	5	20%	50%
4	11 Jam	1	6	10%	60%
5	12 Jam	1	7	10%	70%
6	13 Jam	1	8	10%	80%
7	14 Jam	2	19	20%	100%
	Jumlah	10	40	100%	

Sumber : Hasil Wawancara 1 – 5 Desember 2014

**Table 17**  
**Waktu Berjualan Penjual Pisang Goreng dan Tahu Isi**

No	Lama Bekerja	Frekuensi	F.Kumulatif	Persentase	% Kumulatif
1	6 Jam	1	1	10%	10%
2	7 Jam	2	3	20%	30%
3	8 Jam	2	5	20%	50%
4	9 Jam	1	6	10%	60%
5	10 Jam	1	7	10%	70%
6	12 Jam	1	8	10%	80%
7	13 Jam	1	9	10%	90%
8	14 Jam	1	10	10%	100%
	Jumlah	10	49	100%	

Sumber : Hasil Wawancara 1 – 5 Desember 2014

Dari data tersebut kita melihat semakin lama mereka berjualan semakin besar pendapatan yang mereka peroleh. Waktu yang ada untuk penjual makanan khas Minahasa rata-rata mereka mulai bekerja antara jam 17.00 sore sampai dengan jam 02.00 subuh bahkan ada yang sampai jam 04.00 subuh dan 06.00 pagi. Penjual makanan khas Jawa mereka rata-rata bekerja antara jam 17.00 sore sampai dengan jam 22.00 malam bahkan ada yang sampai jam 04.00 subuh. Sedangkan untuk penjual pisang goreng dan tahu isi mereka rata-rata bekerja antara jam 15.00 sore sampai dengan jam 02.00 subuh atau antara jam 18.00 sore sampai jam 06.00 pagi. Dengan melihat waktu yang digunakan dalam berjualan sangat panjang, bagi mereka sebagai penjual makanan baik itu makanan khas Minahasa, makanan Jawa, juga pisang goreng dan tahu isi untuk mendapatkan pendapatan yang lebih mereka harus bekerja lebih giat dengan memakan waktu yang sangat panjang, dengan begitu mereka bisa memenuhi kesejahteraan keluarga.

Dari jam kerja yang mereka lakukan dampak dari kegiatan ini sangat menguntungkan dari segi

pendapatan, namun dari segi lain kurangnya perhatian dalam keluarga misal bagi mereka yang mempunyai anak tingkat pengawasan terhadap anak-anak jadi berkurang. Waktu untuk berkumpul dengan keluarga untuk bercanda bahkan berdiskusi dengan anak tidak ada lagi. Diwaktu mereka selesai berdagang anak-anak sudah tidur atau apabila sampai pagi anak-anak sudah bersiap-siap kesekolah (bagi anak-anak yang bersekolah), bagi yang tidak mau bersekolah lagi mereka telah keluar untuk bekerja atau membantu berjualan di tempat lain.

Dampak dari semua ini adalah kurang diawasinya kehidupan anak anak padahal mereka itu sangat membutuhkan perhatian sehingga tidak sedikit anak-anak yang terlibat kenakalan, putus sekolah bahkan yang lebih menyedihkan lagi terlibat masalah NARKOBA.

## 2. Pengeluaran Penjual Makanan di Kawasan Boulevard.

Kebutuhan atau pengeluaran penjual makanan yang dimaksud adalah pengeluaran yang terdiri dari :

- Pengeluaran untuk kebutuhan keluarga setiap hari.
- Pengeluaran usaha yang ada hubungannya dengan kegiatan memperoleh penghasilan sebagai

c. memperoleh penghasilan sebagai penjual makanan.

Untuk mengetahui besarnya pengeluaran penjual makanan sehubungan dengan kebutuhan

rumah tangga dan modal usaha pada masing-masing penjual makanan dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 18  
**Pengeluaran Penjual Makanan Khas Minahasa Untuk Kebutuhan Rumah Tangga dan Usaha Berjualan Setiap Hari.**

No Responden	Pendapatan Rata-Rata Perhari	Pengeluaran		Total Pengeluaran Perhari	Persentase Pengeluaran
		Rumah Tangga	Usaha		
1	Rp. 700.000	Rp.	Rp.	Rp. 400.000	57%
2	Rp. 850.000	Rp.	Rp.	Rp. 350.000	41%
3	Rp. 1.305.000	Rp.	Rp.	Rp. 230.000	75%
4	Rp. 500.000	Rp.	Rp.	Rp. 400.000	80%
5	Rp. 840.000	Rp.	Rp.	Rp. 340.000	40%
6	Rp. 550.000	Rp.	Rp.	Rp. 550.000	35%
7	Rp. 630.000	Rp.	Rp.	Rp. 230.000	37%
8	Rp. 850.000	Rp.	Rp.	Rp. 350.000	41%
9	Rp. 800.000	Rp.	Rp.	Rp. 600.000	75%
10	Rp. 550.000	Rp.	Rp.	Rp. 350.000	64%

Sumber : Hasil Wawancara 1 – 5 Desember 2014

Dari table di atas kita dapat melihat untuk penjual makanan khas Minahasa dari 10 informan rata-rata kebutuhan rumah tangga berkisar antara Rp. 30.000,- sampai Rp. 300.000,- semakin besar jumlah pengeluaran maka semakin besar konsumsi makanan dan minuman yang rata-rata memang besar. Jumlah tanggungan baik anak-anak yang bersekolah tingkat menengah keatas maupun yang bekerja atau anggota keluarga lain.

Pengeluaran untuk usaha berjualan yang dibutuhkan memang relatif besar karena bahan utama berupa daging babi, ikan mas dan mujair memang harganya relative mahal belum lagi bumbu-bumbunya karena akan dibuat dalam berbagai macam menu dan sayur-sayuran sebagai pelengkap. Itulah sebabnya modal yang diperlukan berkisar antara Rp. 200.000,- sampai Rp. 500.000,-.

**Tabel 19**  
**Pengeluaran Penjual Makanan Khas Jawa Untuk Kebutuhan**  
**Rumah Tangga dan Usaha Berjualan Setiap Hari.**

No Responden	Pendapatan Rata-Rata Perhari	Pengeluaran		Total Pengeluaran Perhari	Persentase Pengeluaran
		Rumah Tangga	Usaha		
1	Rp. 270.000	Rp.	Rp.	Rp. 250.000	93%
2	Rp. 390.000	Rp.	Rp.	Rp. 290.000	74%
3	Rp. 2.400.000	Rp.	Rp.	Rp. 400.000	17%
4	Rp. 200.000	Rp.	Rp.	Rp. 150.000	75%
5	Rp. 850.000	Rp.	Rp.	Rp. 600.000	71%
6	Rp. 730.000	Rp.	Rp.	Rp. 330.000	45%
7	Rp. 550.000	Rp.	Rp.	Rp. 250.000	45%
8	Rp. 325.000	Rp.	Rp.	Rp. 125.000	38%
9	Rp. 430.000	Rp.	Rp.	Rp. 330.000	77%
10	Rp. 1.350.000	Rp.	Rp.	Rp. 650.000	48%

Sumber : Hasil Wawancara 1 – 5 Desember 2014

Bagi penjual makanan khas Jawa dari 10 informan rata-rata kebutuhan rumah

tangga antara Rp. 25.000 sampai dengan Rp. 400.000 hal tersebut disebabkan konsumsi rumah tangga yang memang sedikit jumlah anak yang relative kecil dan bersekolah rata-rata baru tingkat rendah dan kurangnya tanggungan keluarga lainnya karena mereka merupakan perantau yang mengadu nasib di Manado sehingga anggota keluarga yang lain tidak ada

Modal usaha berjualan yang diperlukan berkisar antara Rp. 100.000 sampai Rp. 400.000 dibanding penjual makanan khas Minahasa lebih rendah itu disebabkan karena harga daging sapi ataupun ayam sebagai bahan utama agak lebih murah harganya dibanding dengan daging babi Hal ini dapat kita lihat dari susunan menu yang ditawarkan bahan-bahannya relatif lebih murah.

**Tabel 20**  
**Pengeluaran Penjual Pisang Goreng dan Tahu Isi Untuk Kebutuhan**  
**Rumah Tangga dan Usaha Berjualan Setiap Hari.**

Persentase Pengeluaran	No	Pendapatan	Pengeluaran		Total
			Rumah Tangga	Usaha	
47%	1	Rp. 380.000	Rp. 30.000	Rp. 150.000	Rp.
54%	2	Rp. 650.000	Rp. 50.000		Rp.
38%	3	Rp. 650.000	Rp. 100.000	Rp. 150.000	Rp.
83%	4	Rp. 120.000	Rp. 50.000	Rp. 50.000	Rp.
85%	5	Rp. 340.000	Rp. 40.000	Rp. 250.000	Rp.
29%	6	Rp. 990.000	Rp. 40.000	Rp. 250.000	Rp.
50%	7	Rp. 600.000	Rp. 100.000	Rp. 200.000	Rp.
55%	8	Rp. 330.000	Rp. 30.000	Rp. 150.000	Rp.
86%	9	Rp. 370.000	Rp. 20.000	Rp. 300.000	Rp.
0.3%	10	Rp.	Rp. 40.000	Rp. 250.000	Rp.

Sumber : Hasil Wawancara 1 – 5 Desember 2014

Sedang untuk penjual pisang goreng dan tahu isi dari 10 informan untuk kebutuhan rumah tangga mereka dibanding penjual makanan khas Minahasa dan penjual makanan khas Jawa relatif rendah yaitu berkisar antara Rp. 20.000 sampai dengan Rp. 100.000 ini disebabkan karena mereka rata-rata memiliki anak-anak yang masih bersekolah ditingkat lebih rendah adapula anak-anak mereka yang dititipkan pada orang tua atau keluarga mereka yang berada daerah Gorontalo. Apabila kebutuhan rumah mereka meningkat itu disebabkan oleh karena adanya beberapa pekerja yang membantu mereka sebab ada yang memiliki tempat berjualan lebih dari satu sehingga membutuhkan orang lain untuk mengelola dagangannya itu. Selain itu mereka sering mengikuti arisan antar pedagang.

Usaha berjualan yang diperlukan berkisar antara Rp. 50.000,- sampai dengan Rp. 300.000,-. Sebenarnya kalau kita membandingkan bahan utama membuat pisang goreng dan tahu isi lebih murah dibanding bahan utama penjual makanan khas Minahasa dan Jawa. Namun yang membuat modal menjadi besar rata-

rata mereka membeli bahan dalam jumlah yang besar karena seperti kita ketahui makanan ini sangat digemari oleh anak-anak muda.

Kalau kita melihat pengeluaran pedagang makanan yang di kawasan Boulevard setiap hari dari tabel-tabel di atas memang cukup besar. Ini membuktikan secara keseluruhan sektor informal ini membutuhkan modal yang tidak sedikit jumlahnya. Bagi mereka yang sudah mapan dari segi ekonomi karena memiliki modal yang besar disamping ada tambahan dari bekerja ditempat lain sangat mudah memperoleh modal berjualan. Sedang mereka yang ekonominya belum mapan modal pertama yang di miliki dari hasil pinjaman kepada kenalan atau dengan menggadaikan sebagian dari harta bendanya agar dijadikan modal atau dari hasil tabungan mereka. Namun dengan keuntungan cukup besar mereka mampu mengembalikan modal yang mereka pinjam bahkan bisa untuk usaha baru.

3. Pendapatan Penjual Makanan di Kawasan Boulevard Selanjutnya kita Akan melihat besarnya pendapatan Penjual.

Pedagang Makanan Di Kawasan Bisnis On Boulevard (B On B)  
Dan Peningkatan Penghasilan Keluarga

Selanjutnya kita akan melihat besarnya pendapatan pedagang makanan khusus di kawasan

Boulevard setiap hari. Dilihat pada table berikut.

**Tabel 21**  
**Besarnya Pendapatan Penjual Makanan Khas Minahasa**

No Responden	Pendapatan Rata-Rata Perhari	Pengeluaran		Pendapatan Bersih Perhari	Persentase Pendapatan
		Rumah Tangga	Usaha		
1	Rp. 700.000	Rp.	Rp.	Rp. 300.000	43%
2	Rp. 850.000	Rp.	Rp.	Rp. 500.000	59%
3	Rp. 305.000	Rp.	Rp.	Rp. 75.000	25%
4	Rp. 500.000	Rp.	Rp.	Rp. 100.000	20%
5	Rp. 840.000	Rp.	Rp.	Rp. 500.000	60%
6	Rp. 1.550.000	Rp.	Rp.	Rp.1.000.000	65%
7	Rp. 630.000	Rp.	Rp.	Rp. 400.000	63%
8	Rp. 850.000	Rp.	Rp.	Rp. 500.000	59%
9	Rp. 800.000	Rp.	Rp.	Rp. 200.000	25%
10	Rp. 550.000	Rp.	Rp.	Rp. 200.000	63%

Sumber : Hasil Wawancara 1 – 5 Desember 2014

**Tabel 22**  
**Besarnya Pendapatan Penjual Makanan Khas Jawa**

No Responden	Pendapatan Rata-Rata Perhari	Pengeluaran		Pendapatan Bersih Perhari	Persentase Pendapatan
		Rumah Tangga	Usaha		
1	Rp. 270.000	Rp.	Rp.	Rp. 20.000	7%
2	Rp. 390.000	Rp.	Rp.	Rp. 100.000	26%
3	Rp. 2.400.000	Rp.	Rp.	Rp.2.000.000	83%
4	Rp. 200.000	Rp.	Rp.	Rp. 50.000	25%
5	Rp. 850.000	Rp.	Rp.	Rp. 250.000	29%
6	Rp. 730.000	Rp.	Rp.	Rp. 400.000	55%
7	Rp. 550.000	Rp.	Rp.	Rp. 300.000	55%
8	Rp. 325.000	Rp.	Rp.	Rp. 200.000	62%
9	Rp. 430.000	Rp.	Rp.	Rp. 100.000	23%
10	Rp. 1.350.000	Rp.	Rp.	Rp. 700.000	52%

Sumber : Hasil Wawancara 1 – 5 Desember 2014

**Tabel 23**  
**Besarnya Pendapatan Pisang Goreng dan Tahu Isi**

No Responden	Pendapatan Rata-Rata Perhari	Pengeluaran		Pendapatan Bersih Perhari	Persentase Pendapatan
		Rumah Tangga	Usaha		
1	Rp. 380.000	Rp.	Rp.	Rp. 200.000	53%
2	Rp. 650.000	Rp.	Rp.	Rp. 300.000	46%
3	Rp. 650.000	Rp.	Rp.	Rp. 400.000	62%
4	Rp. 120.000	Rp.	Rp.	Rp. 20.000	17%
5	Rp. 340.000	Rp.	Rp.	Rp. 50.000	15%
6	Rp. 990.000	Rp.	Rp.	Rp. 700.000	71%
7	Rp. 600.000	Rp.	Rp.	Rp. 300.000	50%
8	Rp. 330.000	Rp.	Rp.	Rp. 150.000	45%
9	Rp. 370.000	Rp.	Rp.	Rp. 50.000	14%
10	Rp. 9.000.000	Rp.	Rp.	Rp. 800.000	100%

Sumber : Hasil Wawancara 1 – 5 Desember 2014

Dari data tersebut pendapatan yang diperoleh cukup besar apalagi lagi jika ditambahkan penghasilan tambahan ataupun penghasilan di tempat yang lain sebab ada yang menjadikan usaha menjual makanan ini sebagai pekerjaan utama ada pula yang menjadikan ini sebagai usaha sampingan.

Bagi mereka yang termasuk pada penjual makanan khas Minahasa pendapatan lainnya meliputi antara lain suami atau istri berwiraswasta ditempat lain. Sebagai karyawan baik

di sebuah perusahaan atau sebuah toko, pendeta, pensiunan pegawai negeri. Mereka yang termasuk pada para penjual makanan khas Jawa pendapatan lainnya diperoleh melalui profesi sebagai supir angkutan kota, dan penjahit pakaian serta buruh bangunan. Sedangkan para penjual pisang goreng dan tahu isi, ada yang menjual makanan ditempat lain dan sebagai penjual rokok. Berikut ini kita akan melihat besarnya peningkatan pendapatan setelah menjadi penjual makanan di kawasan Boulevard

**Tabel 24**  
**Besarnya Pendapatan Sebelum dan Sesudah Menjadi Penjual Makanan Khas Minahasa.**

No Responden	Pendapatan Sebelum Menjadi Penjual Makanan	Pendapatan Sesudah Menjadi Penjual Makanan	Persentase Kenaikan Pendapatan
1	Rp.30.000	Rp. 300.000	900%
2	Rp. 30.000	Rp. 500.000	1567%
3	Rp. 30.000	Rp. 75.000	150%
4	Rp. 20.000	Rp. 100.000	400%
5	Rp. 30.000	Rp. 500.000	1567%
6	Rp. 500.000	Rp. 1.000.000	100%
7	Rp. 30.000	Rp. 400.000	1233%
8	Rp. 10.000	Rp. 500.000	4900%
9	Rp. 50.000	Rp. 200.000	300%
10	Rp. 30.000	Rp. 200.000	567%

Sumber : Hasil Wawancara 1 – 5 Desember 2014

Pedagang Makanan Di Kawasan Bisnis On Boulevard (B On B)  
Dan Peningkatan Penghasilan Keluarga

**Tabel 25**  
Besarnya Pendapatan Sebelum dan Sesudah Menjadi  
Penjual Makanan Khas Jawa.

No Responden	Pendapatan Sebelum Menjadi Penjual Makanan	Pendapatan Sesudah Menjadi Penjual Makanan	Persentase Kenaikan Pendapatan
1	Rp. 10.000	Rp. 20.000	100%
2	Rp. 10.000	Rp. 100.000	900%
3	Rp. 25.000	Rp. 2.000.000	7900%
4	Rp. 10.000	Rp. 50.000	400%
5	Rp. 30.000	Rp. 250.000	733%
6	Rp. 30.000	Rp. 400.000	1233%
7	Rp. 150.000	Rp. 300.000	100%
8	Rp. 100.000	Rp. 200.000	100%
9	Rp. 30.000	Rp. 100.000	233%
10	Rp. 30.000	Rp. 700.000	2233%

Sumber : Hasil Wawancara 1 – 5 Desember 2014

**Tabel 26**  
Besarnya Pendapatan Sebelum dan Sesudah Menjadi  
Penjual Pisang Goreng dan Tahu Isi

No Responden	Pendapatan Sebelum Menjadi Penjual Makanan	Pendapatan Sesudah Menjadi Penjual Makanan	Persentase Kenaikan Pendapatan
1	Rp. 25.000	Rp. 200.000	700%
2	Rp. 200.000	Rp. 300.000	50%
3	Rp. 30.000	Rp. 400.000	1233%
4	Rp. 10.000	Rp. 20.000	100%
5	Rp. 10.000	Rp. 50.000	400%
6	Rp. 30.000	Rp. 700.000	2233%
7	Rp. 150.000	Rp. 300.000	100%
8	Rp. 10.000	Rp. 150.000	1400%
9	Rp. 20.000	Rp. 50.000	150%
10	Rp. 75.000	Rp. 800.000	967%

Sumber : Hasil Wawancara 1 – 5 Desember 2014

Mereka melakukan profesi sebagai penjual makanan di kawasan Bisnis On Boulevard kita melihat besarnya pendapatan yang mereka peroleh rata-rata lebih dari dua kali lipat dibandingkan dengan pendapatan sebelum menjadi penjual makanan di kawasan Bisnis On Boulevard (persentase kenaikan pendapatan dari masing-masing jenis makanan). Pendapatan ini menurut mereka bahkan lebih dari cukup.

Ini membuktikan bahwa dengan berprofesi sebagai penjual makanan di kawasan Bisnis On Boulevard benar-benar membantu memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga. Itu karena ditunjang oleh kondisi dari kawasan Bisnis On Boulevard sehingga pendapatan keluarga bisa meningkat. Dari sisi lainnya tingkat kemiskinan dapat dikurangi sehingga secara tidak langsung ikut membantu pemerintah mengatasi masalah

sosial yang sering menjadi dilemma disetiap kawasan perkotaan.

#### 4. Usaha Peningkatan Pendapatan

**Table 27**  
**Usaha Peningkatan Pendapatan Makanan Khas Minahasa**

No	Jenis Usaha	Frekuensi	Persentase
1	Simpan di Bank	8	80%
2	Ikut Arisan	2	20%
3	Koperasi		
	Jumlah	10	100%

Sumber : Hasil Wawancara 1 – 5 Desember 2014.

**Table 28**  
**Usaha Peningkatan Pendapatan Makanan Khas Jawa**

No	Jenis Usaha	Frekuensi	Persentase
1	Simpan di Bank	8	80%
2	Ikut Arisan	2	20%
3	Koperasi		
	Jumlah	10	100%

Sumber : Hasil Wawancara 1 – 5 Desember 2014

**Table 29**  
**Usaha Peningkatan Pendapatan Pisang Goreng dan Tahu Isi**

No	Jenis Usaha	Frekuensi	Persentase
1	Simpan di Bank	3	30%
2	Ikut Arisan	6	60%
3	Koperasi	1	10%
	Jumlah	10	100%

Sumber : Hasil Wawancara 1 – 5 Desember 2002

Dari tabel diatas dapat dilihat bagaimana para penjual makanan meningkatkan penghasilan. Dari 3 kategori yang disebut diatas ada yang sebagian besar disisihkan untuk disimpan di bank sebagai tempat penyimpanan yang aman ada pula sebagian yang disisihkan untuk ikut arisan sedang lainnya menyimpannya di koperasi. Yang diharapkan dari seluruh kegiatan itu adalah bunga dari uang yang disimpan tersebut. Sehingga apabila pada waktunya nanti mereka akan lebih mudah untuk mengembangkan usahanya baik untuk menjadikannya lebih besar atau pindah ke tempat lain yang layak dan menjadikan usaha itu lebih mewah.

Dengan demikian apa yang diharapkan oleh penjual makanan di kawasan Boulevard untuk meningkatkan pendapatan guna memenuhi kebutuhan keluarga dan meningkatkan kesejahteraan bisa dipenuhi. Karena dari tingkat pendapatan yang begitu besar mereka mampu mencukupi kebutuhan pangan, sandang, perumahan, dan pendidikan yang memadai bagi anak-anak mereka bahkan mereka mampu menyimpan di bank, ikut arisan dan koperasi.

#### PENUTUP

##### A. Kesimpulan

1. Tingkat pendidikan bukan menjadi penghalang untuk memasuki sektor informal terutama penjual makanan

Pedagang Makanan Di Kawasan Bisnis On Boulevard (B On B)  
Dan Peningkatan Penghasilan Keluarga

di kawasan Boulevard. Walaupun secara teori semakin tinggi tingkat pendidikan maka semakin mampu meningkatkan usaha mereka karena memiliki skill yang tinggi. Tetapi pada kenyataannya hal ini tidak berlaku bagi mereka yang penting adalah kemauan dan keuletan.

2. Penjual makanan di kawasan Bisnis On Boulevard kebanyakan dari etnis Gorontalo, hal ini dimungkinkan karena mereka memiliki jiwa dagang ini dibuktikan hampir seluruh daerah Propinsi Sulawesi Utara yang terbanyak di sektor informal adalah etnis Gorontalo baik sebagai penjual ikan, sayur, buah-buahan, rokok dan sebagainya.
3. Sektor informal memiliki prospek yang sangat menjanjikan dalam membuka kesempatan kerja. Ini dibuktikan mereka mampu bertahan selama 3 tahun – 5 tahun bahkan ada yang sudah lebih dari 5 tahun. Sedangkan mereka yang baru 1 sampai 2 tahun adalah mereka yang tertarik memilih sektor ini setelah kalah bersaing di sektor formal.
4. Tingkat pendapatan para pedagang makanan ini mampu memenuhi kebutuhan hidup keluarga. Tinggal bagaimana usaha mereka dalam mengendalikan tingkat kebutuhan hidupnya agar nantinya bisa mengembangkan usaha kearah yang lebih baik.
5. Jam kerja yang panjang sangat mempengaruhi tingkat pendapatan. Namun dapat berakibat negatif pada tingkat pengawasan terhadap anak-anak.
6. Kehadiran pekerjaan sektor informal khususnya penjual makanan sangat membantu pemerintah. Karena mampu menciptakan lapangan kerja yang juga memberikan kontribusi pendapatan asli daerah (PAD) bagi pemerintah.

**B. Saran**

1. Perlu adanya perhatian dari pihak

pemerintah masalah keberadaan sektor informal. Khususnya penjual makanan di kawasan Bisnis On Boulevard mengenai lokasi yang lebih baik dan sehat bagi mereka. Terutama di areal reklamasi pantai yang baru.

2. Perlu adanya pengadaan perumahan yang layak bagi penjual makanan agar tidak tercipta perkampungan kumuh.
3. Perlu adanya pelatihan untuk pedagang kali lima pada umumnya dalam pengatur keuangan dan system pembukuan ringan agar mereka dengan cepat dapat meningkatkan taraf hidup.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Afiff Faisal. 1981. Psikologi Penjualan. Bandung, PT. Angkasa. √
- Cahyono, Tri Bambang. 1983. Pengembangan Kesempatan Kerja. Jogjakarta. BPFE.Ul
- Djojohadikusumo Sumitro. 1984. Indonesia Dalam Perkembangan Dunia. Jakarta. LP3ES. √
- Faisal Sanapiah. 1992. Format-Format Penelitian Sosial. Jakarta. Rajawali Pers.
- Hatta Mohammad. 1985. Ekonomi Sosial. Jakarta. Rajawali Pers. √
- Ihrom T. O. 1999. Bunga Rampai Sosiologi Keluarga. Jakarta, Yayasan Obor Indonesia.
- Ihrom T. O., Suryochondra S., Soeyatni. 1991. Kisah Kehidupan Wanita Untuk Mempertahankan Kelestarian Ekonomi Rumah Tangga. Jakarta. L.P.F.E-U.I
- Maning C dan Tadjuddin. 1975. Urbanisasi, Pengangguran dan Sektor Informal. Jakarta. Yayasan Obor Indonesia. √
- Mardalis. 1989. Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal. Bandung. Bumi Aksara. √
- Robinson Philip. 1986. Beberapa Perspektif Sosiologi Pendidikan. Terjemahan Hasan Basari. Jakarta. CV. Rajawali. √
- Singarimbun, M & Effendi. 1991. Metode Penelitian Survey. Jakarta. LP3ES. √

- Soehartono Irawan. 1995. Metode Penelitian Sosial. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya. ✓
- Svalastoga.Kaare. 1989. Differensiasi Sosial. Jakarta. Bina Aksara. ✓
- Sunarto Kamanto. 1993. Pengantar Sosiologi. Jakarta. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Syarif. H. S. 1987. Pembinaan Sektor Informal di Indonesia. Jakarta. Forum Ekonomi Tahun VI.No. 46.ISEI. ✓
- Cahyono, Tri Bambang. 1983. Pengembangan Kesempatan Kerja. Jogjakarta. BPFE.UI ✓
- Winardi. 1986. Kamus Ekonomi. Bandung. PT. Alumi Bandung. ✓
- Winardi. 1977. Ilmu dan Seni Menjual. Bandung. PT. Nova Bandung. ✓