

Gambaran *Hardiness* terhadap Pedagang Kaki Lima di Era Maraknya *E-Commerce*

Fahnissa Marcellya^{1*}, Ryfania Setiawan², Meilisa Ananda Rudyanti³, Nurmaulida Fajrianti⁴, Alfiesyahrianta Habibie⁵

^{1,2,3,4,5}Program Studi Psikologi, Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda
nissamrcllya13@gmail.com*



e-ISSN: 2987-811X

MARAS: Jurnal Penelitian Multidisiplin

<https://ejournal.lumbangpare.org/index.php/maras>

Vol. 3 No. 3 September 2025

Page: 858-868

Article History:

Received: 15-06-2025

Accepted: 21-06-2025

Abstrak : Perkembangan pesat teknologi digital dan maraknya e-commerce telah membawa perubahan signifikan dalam dunia perdagangan, termasuk bagi Pedagang Kaki Lima (PKL) yang selama ini mengandalkan transaksi langsung. Penelitian ini bertujuan untuk menggali *hardiness* dari pedagang kaki lima. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisa tematik. Narasumber yang terlibat sebanyak 3 orang dengan kriteria pedagang kaki lima. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kualitatif yang berfokus pada aspek-aspek kualitas atau elemen-elemen penting yang terkait dengan suatu peristiwa atau fenomena yang dialami oleh individu. Hasil penelitian ini menyajikan bahwa kontrol, komitmen, dan tantangan adalah elemen-elemen krusial yang membentuk kepribadian *hardiness* pada pedagang kaki lima di tengah maraknya e-commerce. Meskipun mereka menghadapi berbagai tantangan, termasuk persaingan dan perubahan perilaku konsumen. Sehingga mereka mampu bertahan dan berkembang meskipun dalam kondisi yang menantang.

Kata Kunci : *Hardiness; Pedagang; Kontrol; Komitmen; Tantangan*

PENDAHULUAN

Perkembangan pesat teknologi digital dan maraknya e-commerce telah membawa perubahan signifikan dalam dunia perdagangan, termasuk bagi pedagang kaki lima (PKL) yang selama ini mengandalkan transaksi langsung. Kondisi tersebut menurut (Vahitov & Shamsutdinova, 2021) bahwa digitalisasi perdagangan, menyoroti ketahanan pedagang dalam beradaptasi dengan teknologi baru, menunjukkan kemampuan mereka untuk berkembang dalam lanskap digital yang berkembang. *E-commerce* adalah sebuah media online yang dapat diakses oleh semua orang maupun pebisnis melalui media komputer atau mobile dan dapat digunakan oleh konsumen

dalam memperoleh informasi dan memilih sebuah pilihan. *E-commerce* digunakan untuk transaksi jual beli yang dilakukan melalui internet (Kotler & Amstrong, 2012)

Layanan *e-commerce* berbasis aplikasi *online* telah mengubah cara orang memesan makanan dan berbagai layanan sehari-hari. Dengan menggunakan aplikasi ini, pelanggan dapat memesan makanan dari berbagai restoran kapan saja tanpa perlu datang langsung ke tempat makan, sehingga lebih praktis dan menghemat waktu. Selain itu, pelanggan juga bisa menikmati berbagai promo menarik dan memilih metode pembayaran yang mudah dan beragam. Dari sisi pelaku usaha, terutama usaha kecil dan menengah di bidang kuliner, aplikasi ini membuka akses pasar yang jauh lebih luas tanpa harus mengeluarkan biaya besar untuk membuka toko fisik di lokasi strategis. Dengan menjadi mitra dalam *platform* tersebut, pelaku usaha dapat meningkatkan penjualan dan pendapatan karena dapat menjangkau pelanggan di berbagai wilayah. Pengelolaan bisnis juga menjadi lebih efisien berkat fitur yang membantu mengatur menu, stok, promo, dan pembayaran secara digital. Terlebih di masa pandemi, penggunaan layanan ini semakin meningkat, menunjukkan pentingnya *e-commerce* dalam mendukung kelangsungan bisnis di era digital. Namun, persaingan yang ketat di *platform* ini mendorong pelaku usaha untuk terus berinovasi dan menggunakan berbagai strategi pemasaran agar tetap kompetitif. Secara keseluruhan, layanan *e-commerce* berbasis aplikasi *online* memberikan kemudahan, kecepatan, dan efisiensi dalam transaksi jual beli makanan dan layanan, sekaligus membantu pelaku usaha mengembangkan bisnis mereka di tengah kemajuan teknologi saat ini.

Perkembangan teknologi digital yang pesat, khususnya dalam bidang *e-commerce*, telah membawa perubahan signifikan dalam pola perdagangan diberbagai sektor, termasuk Pedagang Kaki Lima (PKL). Meskipun kemudahan akses dan transaksi jual beli secara *online* memberikan peluang baru, di sisi lain juga menimbulkan tantangan berat bagi PKL yang selama ini mengandalkan interaksi langsung dengan konsumen. Fenomena ini menuntut para pedagang untuk memiliki ketangguhan psikologis atau *hardiness* agar mampu bertahan dan beradaptasi dalam menghadapi tekanan dan perubahan lingkungan usaha yang berubah. Menurut Damsar (2002:51) pedagang kaki lima (sektor informal) adalah mereka yang melakukan kegiatan usaha dagang perorangan atau kelompok yang dalam menjalankan usahanya menggunakan tempat-tempat fasilitas umum, seperti trotoar, pinggir jalan umum, dan lain sebagainya.

Hardiness merupakan sekumpulan perilaku dan kemampuan individu yang memungkinkan individu untuk memiliki ketahanan dan menghadapi tekanan psikologis dan mengubahnya menjadi kesempatan untuk berkembang (Maddi, 2013). Individu dengan *hardiness* dicirikan dengan hadirnya dimensi 3C, yaitu *challenge*, *control*, dan *commitment* (Kobasa, Maddi, & Khan, 1982). Menurut (Santrock, 2017) berpendapat bahwa *hardiness* adalah suatu karakteristik kepribadian individu yang berkomitmen pada pengendalian diri terhadap keadaan, menganggap masalah sebagai sebuah tantangan, dan tidak menganggap sebagai sebuah ancaman. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa kuat mental atau ketangguhan (*hardiness*) pedagang kaki lima di tengah berkembangnya *e-commerce*. Penelitian juga ingin mencari tahu faktor-faktor apa saja yang paling berpengaruh terhadap ketangguhan mereka dalam menghadapi persaingan dengan jual beli *online*. Selain itu, penelitian ini ingin melihat bagaimana ketangguhan tersebut membantu pedagang kaki lima agar bisa tetap bertahan dan menyesuaikan diri dengan perubahan zaman.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang diterapkan untuk mendeskripsikan ketangguhan (*hardiness*) pedagang kaki lima di sekitar kota Samarinda dalam konteks maraknya *e-commerce* adalah metode kualitatif. Penelitian kualitatif berfokus pada aspek-aspek kualitas atau elemen-elemen penting yang terkait dengan suatu peristiwa atau fenomena yang dialami oleh individu. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menggali dan memahami lebih dalam fenomena sosial yang melibatkan pelaku, kejadian, lokasi, dan waktu (Ghony & Almansur, 2017).

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah fenomenologi, yang menurut Creswell (2015), merupakan metode penelitian kualitatif yang menekankan pada pengalaman atau peristiwa hidup individu yang berkaitan dengan fenomena tertentu. Tujuan dari pendekatan fenomenologi adalah untuk menghasilkan deskripsi yang mendalam mengenai sifat fenomena yang sedang diteliti. Dalam menggali data, penelitian ini mengacu pada konsep *hardiness* yang dikemukakan oleh Kobasa et al. (1982), yang menjelaskan bahwa *hardiness* merupakan karakteristik kepribadian yang memungkinkan individu untuk bertahan dan berkembang dalam situasi yang penuh tekanan. Tiga komponen utama dari *hardiness* adalah kontrol, komitmen, dan tantangan.

Menurut Patto (1980:41) menyatakan penelitian kualitatif adalah untuk memahami fenomena yang sedang terjadi secara alamiah dalam keadaan-keadaan yang sedang terjadi secara alamiah. Konsep ini lebih menekankan pentingnya sifat data yang diperoleh oleh penelitian kualitatif, yakni data ilmiah. Data ilmiah ini utamanya diperoleh dari hasil ungkapan langsung dari subjek penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara *Focus Group Discussion* (FGD), wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi. Hasil data observasi disajikan dalam bentuk deskripsi, sedangkan hasil wawancara disajikan dalam bentuk verbatim dan dokumentasi disajikan dalam bentuk video dilampirkan.

Dalam penelitian ini berjumlah 3 orang dengan kriteria merupakan pedagang kaki lima yang masih membuka *stand* dagangan di sekitar folder air hitam dan Kadrie Oening Samarinda, yang di mana penjual pertama telah berjualan selama 6 tahun lalu penjual kedua telah berjualan selama 20 tahun. Analisis data dilakukan dengan mengidentifikasi, mengkategorikan, dan mengambil kesimpulan berdasarkan informasi yang diperoleh melalui observasi dan wawancara selain itu, penelitian ini juga mempertimbangkan faktor demografis seperti usia, jenis kelamin, dan lama berjualan sebagai variabel kontrol. Faktor-faktor ini dapat mempengaruhi tingkat *hardiness* yang dimiliki oleh PKL. Misalnya, PKL yang lebih berpengalaman mungkin memiliki tingkat *hardiness* yang lebih tinggi dibandingkan dengan yang baru memulai usaha. Dengan memahami hubungan antara variabel-variabel ini, penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang lebih jelas tentang bagaimana *hardiness* dapat mempengaruhi keberhasilan PKL dalam menjalankan usaha mereka di era *e-commerce*.

Bagian ini menyajikan hasil dengan deskripsi yang jelas. Hasil dapat dilengkapi dengan gambar dan tabel. Bagian pembahasan memaparkan hasil pengolahan data, menginterpretasikan penemuan secara logis, mengaitkan dengan sumber rujukan yang relevan, dan implikasi dari temuan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini telah menemukan tiga aspek pada pedagang kaki lima yakni (1) *control* (kontrol) adalah keyakinan bahwa individu memiliki kendali atas peristiwa dalam hidupnya, (2) *commitment* (komitmen) adalah sikap positif terhadap pekerjaan dan kehidupan, serta keterlibatan penuh dalam aktivitas, (3) *challenge* (tantangan) adalah pandangan bahwa perubahan adalah bagian alami dari kehidupan dan merupakan peluang untuk berkembang.

1. Kontrol

Control merupakan kepercayaan dalam diri seseorang kalau orang dapat memberikan kendali peristiwa ataupun mengatur apa saja yang terjalin dalam hidupnya. *Control* ialah kecenderungan untuk menerima serta yakin jika pribadi bisa mengendalikan serta pengaruhi sesuatu peristiwa dengan pengalamannya kala berhadapan dengan hal-hal yang tidak terduga.

Narasumber mulai berjualan sempol sejak tahun 2019, sebelumnya berjualan di kantin SD dan menjual mainan anak-anak. Motivasi utama untuk kembali berjualan adalah kebutuhan keluarga dan pendidikan anak. Meskipun menghadapi suka dan duka, narasumber merasa lebih nyaman dan bersyukur dibandingkan dengan usaha sebelumnya. Nyaman dalam artian karna sudah banyak di kenal orang dan bersyukur karena penghasilan yang sekarang lebih banyak walaupun tidak terlalu banyak mengambil keuntungan tetapi bisa konsisten, suka nya karena lebih banyak pembeli nya, duka nya karena terkadang telat sholat maghrib dan kelelahan. Hal ini dinyatakan sebagai berikut : *“Namanya juga jualan ada kurang lebihnya, nyaman sih nyaman aja tapi alhamdulillah bersyukur banget lah dengan usaha yang sekarang, ya bukan berarti kami engga bersyukur dengan usaha sebelumnya, ya kami bersyukur juga, cuman penjualan sekarang lebih banyak dikenal orang”*.

Hal ini sejalan dengan penelitian dari Wiguna (2023) yang menyatakan bahwa perasaan nyaman dan bersyukur dalam menjalani profesi dapat meningkatkan etos kerja dan konsistensi dalam menjalani pekerjaan. Sehingga individu perlu menciptakan suasana yang nyaman dan rasa syukur untuk meningkatkan performa kerja dan produktivitas. Dengan adanya rasa nyaman dan bersyukur, individu akan lebih termotivasi untuk memberikan yang terbaik dalam pekerjaan mereka. Sebagai saran untuk pedagang kaki lima menciptakan lingkungan yang nyaman bagi pelanggan dan merasa bersyukur atas rezeki yang didapat setiap harinya penting juga bagi pedagang kaki lima untuk tidak hanya fokus pada hasil akhir, tetapi juga menikmati proses dan mensyukuri setiap pencapaian kecil yang mereka raih.

Untuk meningkatkan pelayanan, narasumber menerapkan sistem nomor antrian sehingga proses pelayanan menjadi lebih tertib dan adil. Dengan adanya sistem nomor antrian, pelanggan tidak perlu lagi berdiri dan berdesakan saat menunggu giliran. Mereka bisa duduk dengan nyaman sambil menunggu nomor dipanggil. Penjual juga lebih mudah mengatur waktu dan tenaga karena bisa melayani pelanggan satu per satu dengan lebih tertib. Sehingga, pelayanan jadi lebih efektif. *“yang sebelumnya kita pake nomor, sebelum pake nomor kayak gitu kita sempat keliru, pembeli datangnya bareng-bareng, orang kadang-kadang marah kan kayak, (saya dulu bulek) ada juga yang komplek gitu, (pak lek tadi kan saya duluan) yah orang maunya datang pesen di tinggal. Kalau pake nomor kan lebih enak ambil nomer nanti di panggil baru pesan. Terus keuntungan kita pake nomor itu kesatu memudahkan bu lek sama pak lek kinerjanya yaa, kedua lebih mudah juga di kenal*

sama orang, kadang kalau orang orang nanya sempol ayam mana pasti kebanyakan orang bilang “itu nah yang pakai nomor antri” jadi itu malah untuk memudahkan”.

Narasumber sangat bersyukur dan berterima kasih atas viralnya usaha jualan sempol yang dijalkannya. Bersyukur dengan cara tidak lupa untuk selalu bersedekah dengan cara memberikan uang dan mendoakan orang lain. Narasumber penjual sempol memiliki pandangan positif terhadap pesaing yang juga berjualan sempol, karena persaingan sehat dapat memberikan peningkatan kualitas. Narasumber merasa senang jika usahanya dapat menginspirasi dan memotivasi orang lain untuk berjualan sempol. Untuk waktu bersama keluarga biasanya lebih banyak di malam hari karena anak-anak bersekolah di siang hari.

Narasumber tidak merasa penjualan sempol secara *online* memberikan pengaruh negatif terhadap usaha mereka, meskipun saat ini belum memiliki rencana membuka usaha secara *online*. Namun, mereka mempertimbangkan untuk mulai berjualan dari rumah dan mendaftar di aplikasi layanan pesan antar seperti Gojek untuk memperluas jangkauan pasar. Hal ini sesuai dengan pernyataan *“adanya sebelum membludak ini dapat dari sosial media konten, kita dalam hikmahnya dari situ dari sosmed. Tahun 2020 yang pertama kali kita di review itu oleh sobat jajan, itu kami satu pun tidak meminta untuk mereview kami mereka datang dengan sendirinya, Alhamdulillahnya itu. Bersyukur banget pastinya kan, bersyukur banget terus alhamdulillah juga, yaa itulah sebaliknya bagian yang mereka yang ngerewiew-review semoga rezeki mereka lancar juga”.*

Hal ini sejalan dengan penelitian (Nanda & Izmurddin, 2024) yang menunjukkan bahwa *digital marketing* sebagai bagian dari strategi pemasaran memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang kaki lima kuliner. Digital marketing memoderasi pengaruh strategi pemasaran tradisional sehingga pendapatan pedagang meningkat. Dengan begitu, usaha mereka bisa dikenal lebih luas. Sebagai saran, narasumber sebaiknya memanfaatkan *digital marketing* sebagai bagian dari strategi pemasaran mereka untuk meningkatkan pendapatan. Dengan adanya *digital marketing*, narasumber dapat mencapai target pasar yang lebih luas. Selain itu, narasumber juga dapat memanfaatkan media sosial untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan dan mendapatkan masukan yang berguna untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan mereka. Dengan cara ini, narasumber dapat terus bersaing dan berkembang di era digital yang semakin maju.

2. Komitmen

Commitment adalah keyakinan seseorang pada suatu tujuan atau partisipasi dalam peristiwa, aktivitas, dan orang-orang dalam hidupnya. Orang yang terlibat memiliki arti dalam kaitannya dengan nilai, kepercayaan, identitas diri, pekerjaan dan kehidupan keluarga. Kecenderungan individu untuk berkontribusi pada apapun yang mereka lakukan mencakup keyakinan bahwa individu memiliki makna dan tujuan tertentu. Orang yang berkomitmen tidak mudah menyerah pada tekanan. Saat menghadapi stres, orang ini menerapkan strategi coping yang konsisten dengan nilai inti, tujuan dan kemampuan mereka.

Narasumber sempat merasa sedih dan kehilangan motivasi karena tidak bisa berjualan dan harus menunggu sekolah buka kembali. Namun, akhirnya narasumber memutuskan untuk berjualan di luar lingkungan sekolah agar usahanya tetap berjalan. Dalam menjalankan bisnis, narasumber selalu menjaga kualitas makanan secara konsisten, tidak mengubah rasa meskipun harga bahan

baku naik, dan tetap menjual sempol dengan harga seribu rupiah per tusuk. narasumber juga mendoakan agar rezeki para pihak yang me-review dan membantu mempromosikan usahanya selalu lancar dan berkah. Narasumber meyakini bahwa setiap doa baik yang narasumber panjatkan untuk orang lain akan kembali membawa kebaikan bagi dirinya sendiri, sehingga usahanya dapat berjalan dengan lancar dan dimudahkan. Hal ini sesuai dengan pernyataan narasumber "*Kualitas makanan kami jaga, kami mengutamakan itu. Rasanya jangan sampe berubah rubah. Ibaratnya kalau barang mahal, harga naik kita gabisa ngurangi takaran kita tetap bertahan di rasa yang itu walau pun harga bahan naik, dan kita juga jualnya tetap seribu jadi kita ibaratnya barang naik keuntungan kita yang berkurang, itu menjaga kualitas kita*". Hal ini sejalan dengan penelitian dari Ayu dkk. (2025) yang menyatakan bahwa fokus utama pada kualitas produk dan pelayanan yang memuaskan terbukti menjadi faktor kunci dalam mempertahankan kepuasan pelanggan. Sehingga penjual selalu menjaga kualitas dan cita rasa produknya, tidak menaikkan harga meski bahan baku naik, serta tetap menjual dengan harga yang terjangkau. Konsistensi dalam menjaga kualitas, harga, dan niat baik inilah yang menjadi kunci utama kesuksesan penjualannya. Sebagai saran, narasumber sebaiknya untuk selalu mengevaluasi dan menyesuaikan kualitas produknya secara rutin, namun tetap mempertahankan harga yang bersaing. Menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan juga penting untuk menjaga kesetiaan mereka dalam jangka panjang. Di samping itu, peningkatan pelayanan dan pengelolaan usaha yang lebih efisien bisa menjadi keunggulan tambahan yang membantu kelangsungan usaha.

Narasumber dan keluarganya meyakini bahwa rezeki sudah diatur oleh Tuhan, sehingga tidak perlu merasa iri atau dengki terhadap pesaing. Mereka percaya bahwa rezeki setiap orang sudah ada takarannya dan tidak akan tertukar. Narasumber menambahkan bahwa selain usaha, sedekah baik berupa uang maupun do'a juga penting untuk kelancaran rezeki. Dalam keseharian, narasumber membantu menyelesaikan pekerjaan dan belanja bahan saat Ibu sedang keluar, sehingga proses berjualan tetap lancar meskipun jadwal padat. Hal ini sesuai dengan pernyataan "*Jangan sampe kita punya perasaan dengki ibaratnya gitu harus jaga hati kita, karna itu bakal ngaruh untuk rezeki kita, misalkan orang lain mikir jualan begini ternyata enak. Jadi orang terinspirasi, itu kita merasa lebih bagus malahan kalau orang lain sampai terinspirasi dari kita. Salah satunya gitu dalam artiannya kita ini membantu lah walaupun secara tidak langsung, terus memotivasi orang untuk berjualan sempol itu gapapa, tapi kan kita tau rezeki kita Allah yang atur ada takarannya masing-masing jadi ngga bakal ketukar*".

Hal ini sejalan dengan penelitian dari Harmain dan Fikriyah, (2023) Para pedagang mempunyai strategi bersaing masing-masing seperti contoh dengan mengunggulkan kualitas barang serta harga jual yang lebih murah, selain itu ada juga pedagang yang menjelaskan tidak menggunakan strategi ketika berjualan pedagang tersebut percaya bahwasannya rezeki itu tidak akan tertukar dan sudah diatur sesuai takarannya masing-masing oleh Allah SWT. Sehingga narasumber tidak perlu bersaing dengan strategi apapun, namun tetap bisa bertahan dengan keyakinan akan rezeki yang sudah diatur oleh Yang Maha Kuasa. Disarankan agar narasumber selalu menjunjung tinggi etika dan kejujuran saat berinteraksi dengan pelanggan maupun pedagang lainnya. Sikap ini tidak hanya membantu membangun

kepercayaan, tetapi juga menciptakan suasana bisnis yang sehat dan berkesinambungan. Selain itu, bersikap ramah, murah hati, dan santun dapat mempererat hubungan sosial yang turut menunjang kelangsungan usaha.

Narasumber menekankan pentingnya sikap ramah dan sopan kepada pelanggan, apapun suasana hati yang sedang dialami. Narasumber selalu berusaha menjawab pertanyaan dan melayani pelanggan dengan baik agar mereka merasa dihargai. Meskipun pernah mengalami luka melepuh akibat kecelakaan kerja, narasumber tetap melanjutkan berjualan keesokan harinya dengan semangat yang tinggi. Hal ini sesuai dengan pernyataan "*Apapun suasana hati harus ramah dan tamah kepada pembeli. Kalau si pembeli ngajak ngobrol, pertanyaan, kita jawab gitu. Apalagi kalau sudah langganan, jadi serasa kayak sudah keluarga. Apapun suasana hatinya kan, kalau kita sudah di tempat jualan, happy aja, harus senang sih. Karena memikirkan pelanggan juga. Namun satu, kalau orang jualan itu kembali ke hati, kalau kita hatinya lagi tidak enak itu pengaruh juga ke rezeki loh. Waktu itu Pakle pernah kejadian, tangannya enggak sengaja kecelup ke air panas pas lagi bikin sempol. Soalnya waktu itu ngantuk banget, capek. Jadi bukannya sempol yang dicelupin, malah tangannya sendiri yang masuk ke air panas. Sampai melepuh tangannya. masih tetap jualan, tapi saya yang ngadon pada saat itu masih buat porsi sedikit sih*".

3. Challenge / Tantangan

Challenges merupakan kecenderungan untuk melihat perubahan sebagai peluang pertumbuhan dari pada ancaman terhadap keamanan. Kecenderungan untuk melihat perubahan dalam hidup sebagai hal yang alami dan menjadi bahan dalam meramalkan perubahan itu sebagai rangsangan yang sangat berguna untuk perkembangan dan melihat hidup sebagai tantangan yang menyenangkan.

Pandemi COVID-19 yang menyebabkan sekolah diliburkan dalam waktu lama membuat penjualan di lingkungan sekolah terhenti. Karena itu, narasumber memutuskan untuk pindah berjualan di luar lingkungan sekolah. Pada awalnya, narasumber mengalami kesulitan memperkenalkan sempol kepada masyarakat setempat yang lebih familiar dengan pentol, sehingga penjualan tidak langsung berjalan lancar. Hal ini sesuai pernyataan "*Semenjak corona kan sekolah libur dalam jangka waktu yang lama, jadi kami memutuskan untuk berjualan di luar, menurut kami mainan gitu kalo kami masih berlanjut seperti itu kan peminatnya anak-anak kan, kalo kita dimakanan ini peminatnya kan semua kalangan makanya kami memilih untuk berlanjut kemakanan ini. Lumayan susah sih karna dulu itu sempol ada di dalam kantin SD dan kenalnya anak-anak SD sama orang-orang disitu aja nah sekarang begitu kita jualan sempol di luar orang-orang jarang yang kenal dan rata-rata kan kenalnya pentol ya lumayan sih buat kenalkannya, prosesnya lumayan lama dan ga secepat itu kek langsung banyak orang yang kenal*".

Hal ini sejalan dengan penelitian (Saudhica dkk, 2022) yang menyatakan bahwa pandemi memaksa UMKM melakukan inovasi produk dan diversifikasi usaha karena penurunan omzet dan perubahan perilaku konsumen. UMKM yang biasanya berjualan di tempat tertentu seperti sekolah harus mencari alternatif lokasi berjualan di luar sekolah dan mengembangkan produk baru untuk menarik pelanggan. Sehingga UMKM harus terus beradaptasi dengan kondisi yang terus berubah agar dapat bertahan dan berkembang di tengah pandemi. Dengan membuat produk baru dan mencoba berbagai jenis usaha, UMKM bisa menjangkau lebih

banyak pembeli dan meningkatkan daya saingnya. Meskipun tantangan yang dihadapi cukup besar, UMKM yang mampu berinovasi dan beradaptasi dengan cepat akan memiliki peluang untuk bertahan dan bahkan tumbuh di masa depan. Sebagai saran, narasumber sebaiknya mengikuti perkembangan zaman dan kebutuhan pasar yang sedang berlangsung, serta terus belajar dan memperbarui pengetahuan tentang bisnis.

Selama pandemi, narasumber sempat menganggur dan tabungan keluarga yang sebenarnya disiapkan untuk biaya pendidikan anak di sekolah swasta habis dalam waktu empat bulan. Untuk modal usaha, narasumber akhirnya meminjam dana dari bank dengan bantuan kenalan, sehingga proses peminjaman berjalan lancar. Tantangan utama yang dihadapi saat ini adalah ketika jumlah pembeli membludak, sehingga penjual kewalahan melayani. Sering terjadi komplain terkait urutan pelayanan, seperti siapa yang datang atau pesan lebih dulu. Hal ini sesuai dengan pernyataan *“yaa tantangan itu antara pembeli itu membludak itu nah, kita kan kewalahan, orang kadang-kadang marah kan kayak, “saya dulu bulek” ada juga yang komplek gitu, terus ada lagi “pak lek tadi kan saya deluan” yah orang orang maunya datang, pesen, di tinggal. Kalau pake nomor kan lebih enak ambil nomer nanti di panggil baru pesan”*

Hal ini sejalan dengan penelitian Rumbrawer dkk (2023) yang mengungkapkan bahwa kesejahteraan PKL menurun selama pandemi, ditandai dengan kesulitan memenuhi kebutuhan sehari-hari, termasuk gizi keluarga, pendidikan anak, dan kesehatan, akibat penurunan pendapatan yang signifikan. Sehingga pedagang harus terus berinovasi dan beradaptasi dengan perubahan pasar agar dapat bertahan dan berkembang. Saran untuk narasumber sebaiknya memanfaatkan *platform* digital untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan. Dengan adanya dukungan dan pengetahuan yang cukup, diharapkan pedagang kaki lima dapat menghadapi tantangan dan bersaing secara sehat di era digital ini.

Selain itu, waktu yang tersedia untuk keluarga menjadi terbatas karena sebagian besar waktu terpakai untuk menyelesaikan pekerjaan rumah dan persiapan pembuatan sempol, terutama di malam hari setelah beres-beres. Saat ini, narasumber juga belum memiliki tempat produksi yang memadai untuk menjalankan usahanya secara optimal. *“Kalau dari saya. Apalagi membagi waktu sama anak mungkin. Iya, tapi sebenarnya sih yang banyak terkorbankan waktunya si anak. Iya kan kita lebih banyak, lebih lama di dapur ya. Dari pagi sampai agak siang. Oke, mereka sekolah memang. Tapi kalau pas malamnya, kita enggak bisa, enggak ada waktu juga sama mereka. Kayak gini misal, kita pas gak pasar malam, begitu pulang kan kita simpun-simpun, bersih-bersih. Bersih-bersih sampai, saya kan bikin sambalnya malam juga, Nah jadi untuk malamnya paling agak malam, baru ada waktu sama anak. Sebenarnya ini, kasian ya anaknya yang waktunya itu kurang sih”*.

Narasumber mengungkapkan tantangan dalam membagi waktu antara pekerjaan dan keluarga, terutama anak-anak. Narasumber menyadari bahwa pekerjaan di dapur, yang memakan banyak waktu dari pagi hingga siang, secara tidak langsung mengurangi waktu yang seharusnya bisa dihabiskan bersama anak-anak. Meskipun anak-anak bersekolah, waktu di malam hari pun seringkali terpakai untuk menyelesaikan pekerjaan dapur, seperti membersihkan dan menyiapkan bahan-bahan, sehingga interaksi dengan anak menjadi terbatas. Hal

ini sejalan dengan penelitian dari Muthie dan Sugito (2023) yang menyatakan tantangan pengelolaan waktu orang tua agar tidak mengorbankan waktu bersama anak. Sehingga narasumber perlu untuk mencari solusi agar dapat mengatur waktu dengan lebih efisien, sehingga narasumber bisa lebih banyak menghabiskan waktu bersama anak-anaknya. Salah satu solusi yang mungkin bisa dilakukan adalah dengan menyewa bantuan untuk membantu pekerjaan di dapur, sehingga narasumber bisa fokus pada interaksi dengan anak-anak di waktu luangnya. Dengan demikian, hubungan antara orang tua dan anak-anak dapat tetap terjaga meskipun kesibukan pekerjaan di dapur terus berlangsung.

Penelitian ini berfokus pada gambaran kepribadian *hardiness* terhadap pedagang kaki lima yang berjuang mempertahankan usahanya di tengah pesatnya perkembangan *e-commerce*. Fenomena maraknya *e-commerce* telah membawa perubahan besar dalam pola belanja masyarakat. Sehingga menimbulkan tantangan tersendiri bagi pedagang kaki lima yang umumnya mengandalkan transaksi langsung dan belum sepenuhnya untuk menggunakan teknologi digital. Mampu bertahan untuk meraih kesuksesan di tengah perubahan yang besar ini tentu bukan hal yang mudah bagi pedagang kaki lima yang memiliki keterbatasan dalam akses teknologi, modal, jaringan pemasaran. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui bagaimana kepribadian *hardiness* pada pedagang kaki lima, yang dapat menjadi kunci dalam menghadapi tekanan dan perubahan zaman.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa kontrol, komitmen, dan tantangan merupakan aspek penting yang membentuk kepribadian *hardiness* pada pedagang kaki lima di era maraknya *e-commerce*. kontrol yang dimiliki oleh pedagang kaki lima mencerminkan keyakinan mereka untuk mengendalikan situasi dan beradaptasi dengan perubahan, seperti yang terlihat dari keputusan mereka untuk berjualan di luar lingkungan sekolah saat pandemi. Komitmen yang tinggi terhadap kualitas produk dan pelayanan juga menjadi faktor kunci dalam mempertahankan kepuasan pelanggan, meskipun mereka menghadapi berbagai tantangan, termasuk persaingan dan perubahan perilaku konsumen. Pedagang kaki lima menunjukkan sikap positif dan rasa syukur yang mendukung etos kerja mereka, sehingga mampu bertahan dan berkembang meskipun dalam kondisi yang sulit.

Di sisi lain, tantangan yang dihadapi oleh pedagang kaki lima, seperti keterbatasan waktu untuk keluarga dan kebutuhan untuk beradaptasi dengan teknologi digital, menunjukkan bahwa mereka perlu terus berinovasi dan mencari solusi untuk meningkatkan efisiensi usaha. Penelitian ini menekankan pentingnya pengembangan strategi pemasaran yang memanfaatkan *digital marketing* untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan pendapatan. Dengan memahami dan mengembangkan aspek kontrol, komitmen, dan tantangan, pedagang kaki lima dapat membangun ketahanan yang diperlukan untuk bertahan dan bersaing di tengah perubahan yang cepat dalam dunia *e-commerce*.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan penuh rasa hormat dan tulus, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada para narasumber yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, serta memberikan informasi yang sangat berharga melalui

wawancara yang telah dilakukan. Partisipasi dan keterbukaan Bapak/Ibu sekalian dalam berbagi pengalaman, pengetahuan, serta pandangan terkait aktivitas sehari-hari sebagai pedagang kaki lima, telah memberikan kontribusi yang sangat berarti bagi kelancaran dan keberhasilan pelaksanaan kegiatan ini.

Tanpa adanya dukungan, kerjasama, dan kepercayaan dari para narasumber, pengumpulan data dan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini tentu tidak akan berjalan dengan lancar. Semoga segala kebaikan dan bantuan yang telah diberikan dapat menjadi amal kebaikan serta memberikan manfaat, baik bagi penulis maupun bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan peningkatan kesejahteraan para pedagang kaki lima di masa yang akan datang. Sekali lagi, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala bantuan dan kerjasama yang telah diberikan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Adytia, A., & Irawati, S. A. (2024). Pengaruh Cita Rasa, Pelayanan Konsumen, dan Lokasi yang Strategis Terhadap Daya Saing UMKM Kuliner di Sampang. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 8(1).
- [2] Armstrong, G. (2012). Philip, kotler. *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih bahasa Alexalnder Sindoro dan Benyamin Molan*. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- [3] Ayu, W. D., Sahyuni, S., & Djauhar, A. (2025). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Pada Rumah Makan Bakso Solo Kelurahan Wawotobi Kecamatan Konawe Kabupaten Konawe). *Sultra Journal of Economic and Business*, 6(1), 474-483.
- [4] Damsar. (2002). Enam Dimensi Strategis Administrasi Publik. *Yogyakarta : Gava Media*.
- [5] Erditya, R. (2016). Implikasi Kebijakan Relokasi Pasar terhadap Usaha Pedagang Kaki Lima (Studi Kasus di Pasar Wisata Belanja Tugu Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 3
- [6] Harmain, R. I., & Fikriyah, K. (2023). Perilaku Pedagang Pasar Pabean Surabaya Dalam Perspektif Prinsip Dasar Pasar Islami. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 6(2), 124-136.
- [7] Hidayatullah, S., & Muktiali, M. (2021). Kajian kemampuan adaptasi Industri Kecil dan Menengah terhadap bencana banjir dan rob: studi kasus sentra industri bandeng presto, Tambakrejo, Semarang. *Teknik PWK*, 10(1).
- [8] Ilham, M. F., Nazrah, M., Fitria, S., & Kendra, J. H. (2024). Analisis Pengaruh Inflasi Pada Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah di Kecamatan Bengkalis. *Journal of Business Inflation Management and Accounting*, 2(1)
- [9] Kobasa, S. C., Maddi, S. R., & Kahn, S. (1982). Hardiness and health: a prospective study. *Journal of personality and social psychology*, 42(1), 168.
- [10] Maddi, S. R. (2013). *Hardiness: Turning Stressful Circumstances into Resilient Growth*. Springer. USA
- [11] Maynanda, M., Rahmawati, E., Sabil, A., Mukhlis, D., & Rakhmawati, D. Y. (2022). Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Penjualan Umkm. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(3), 1773-1779.
- [12] Nanda, I., & Izmuddin, I. (2024). Studi Kasus Pengaruh Strategi Marketing Mix Terhadap Pendapatan Pedagang Kaki Lima Kuliner Kota Bukittinggi Dengan

Digital Marketing Sebagai Variabel Moderasi. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 9(1), 4141-4160.

- [13] Rumbrawer, W. A. P., Boari, Y., & Lestari, E. D. (2023). Dampak Covid-19 terhadap UMKM (Studi Kasus Pedagang Kaki Lima di Kelurahan VIM). *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 14(2), 341-354.
- [14] Vahitov, D., & Shamsutdinova, M. (2021). Digitalization of the trade sector: new opportunities for development. Russian <https://doi.org/10.29039/2409-6024-2021-9-1-191-195>