

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perdagangan (*tijarah*) mempunyai peranan penting dalam perolehan harta. Untuk mendapatkan keuntungan dalam berdagang, Islam telah mengaturnya. Ayat Alquran banyak menjelaskan tentang jual beli dan perdagangan. Nabi Muhammad SAW pun mengamati pentingnya perdagangan.¹ Terdapat pada Q.S An-Nisa: 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ٢٩

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, jaganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perdagangan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan jaganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.*²

Ayat tersebut menafsirkan larangan tentang mendapatkan harta dengan cara yang *bathil* (tidak benar), dan perintah agar memperoleh harta dengan perdagangan. Praktik berdagang atau bermuamalah telah dicontohkan langsung oleh Nabi Muhammad SAW ketika menyiarkan agama Islam. Kegiatan bermuamalah menurut tempatnya bervariasi, ada yang menetap tetap seperti pertokoan, dan kios. Dan ada juga yang tidak menetap (berpindah-pindah) seperti pedagang kaki lima dan pedagang asongan, dimana dalam penelitian ini titik fokus yaitu pedagang kaki lima khususnya pedagang kaki lima muslim pada malam hari yang berada di Kota Binjai.

Pedagang kaki lima (PKL) adalah pedagang yang tergolong dalam ekonomi lemah, dengan menggunakan modal yang relatif kecil. Biasanya barang-barang yang di jual adalah barang untuk kebutuhan sehari-hari, baik itu makanan ataupun perlengkapan rumah tangga, umumnya menggunakan tempat yang di

¹Muhammad Sharif Chaudhry, *Sistem Ekonomi Islam Prinsip Dasar* (Jakarta: Kencana, 2012), h. 116

²Departemen Agama RI, *Al-Fattah Al-Quran dan Terjemahan*, (Jakarta: Oasis Terrace Recident, 2013),h.43

larang. Pengertian kaki lima berasal dari tempat yang berada di tepi jalan umumnya memiliki lebar lima kaki (5 feet). Trotoar, tepi jalan, dan teras toko umumnya adalah tempat yang digunakan untuk berjualan oleh para pedagang.³ Tidak selamanya anggapan tentang pedagang kaki lima merupakan suatu komunitas pengganggu ketertiban adalah benar. Pedagang kaki lima (PKL) biasanya lebih kreatif dalam memasarkan atau mengembangkan usahanya dengan memunculkan ide atau pemikiran yang baru atau unik. Dalam menjalankan usahanya pedagang kaki lima juga bersifat mandiri.⁴ Dengan adanya para pedagang kaki lima (PKL) membantu mengurangi nilai pengganggu, contohnya adanya pekerja atau karyawan yang ikut bekerja.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan Kadek Ade Sugi dan Anak Agung, di negara berkembang seperti halnya Indonesia pedagang kaki lima termasuk tahapan pada bidang yang tidak resmi dengan keberadaan hampir di setiap kota. Dalam roda perekonomian khususnya di Indonesia pedagang kaki lima termasuk sebagai unsure dari para pengguna bisnis tidak resmi yang tidak mudah untuk dibiarkan begitu saja. Timbulnya prokontra tentang keberadaan pedagang kaki lima menimbulkan dilema di masyarakat tidak terkecuali di kota besar seperti Denpasar, bahkan bisa menimbulkan gesekan atau bentrok antara warga dan aparat. Berdagang di trotoar, bahu jalan dan ditempat umum merupakan faktor utama akan terjadinya bentrokan karena di anggap mengganggu ketertiban umum.⁵ Atas dasar inilah yang menjadikan alasan peneliti untuk meneliti atau mengamati strategi pemasaran PKL (pedagang kaki lima) yang berada di Kota Binjai pada malam hari.

Pemasaran dapat didefinisikan menjadi suatu tahapan kemasyarakatan dan administratif yang didalamnya perorangan atau sekumpulan memperoleh apa yang diinginkan dan dibutuhkan dengan cara menciptakan suatu barang, menawarkan barang, dan menukar barang ataupun jasa yang mempunyai nilai kepada pihak

³Buchari Alma. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. (Bandung : ALFABETA, 2016), H. 64

⁴<http://pengertiankompli.blogspot.co.id> Pengertian Pedagang Kaki Lima, Selasa, 14 Maret 2019

⁵ Kadek Ade Sugi Prananta dan Anak Agung Ketut Ayuningsasi, “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima Di Kecamatan Denpasar Selatan*”. E-Jurnal EP Unud Vol.8 No.11 2019

lain.⁶ Dalam pemasaran Islam menjadi sesuatu yang sangat berarti adalah yang utama, karena Nabi Muhammad SAW menciptakan rasa kebahagiaan konsumennya dengan cara mengutamakan kualitas yang ada pada produk serta norma-norma Islam yang ada pada produk tersebut.⁷ Pemasaran syariah merupakan strategi bisnis dalam suatu aktivitas usaha yang mencakup keseluruhan proses, menciptakan suatu barang, menawarkan barang, dan pertukaran nilai atau nominal dari seorang produsen/individu yang selaras pada ketentuan agama Islam. Pemasaran syariah termasuk suatu ilmu yang memberikan pengaruh sangat besar dikarenakan pemasaran syariah termasuk suatu metode untuk memasarkan suatu produk yang berdasarkan alquran dan hadist. Pemasaran yang Islami termasuk bagian dari ilmu untuk strategi usaha yang mencakup pada tahapan pembuatan produk, menawarkan kepada konsumen, dan perubahan norma yang pada kesemua tahapan tersebut berdasarkan pada perjanjian atau akad dengan landasan yang sesuai dengan ajaran Islam yaitu bermuamalah .

Merencanakan program pemasaran mencakup pengepakan, merancang strategi/proses harga, pengelolaan lini baru, merek, memilih atau mengatur bagian pemasaran, mengkonsep dan mengatur hubungan pemasaran, mengatur promosi, iklan pada penjualan, komunikasi terhadap masyarakat, dan mengatur barisan penjualan.⁸ Selanjutnya berdasarkan penelitian terdahulu sebagai bahan pertimbangan yang ditulis oleh Fakhriyan Sefti Adhaghassani dengan metode deskriptif hasil penelitian diperoleh bahwa strategi pemasaran (*marketing mix*) yang dilakukan di Cherryka Bakery diperoleh hasil sebagai berikut .⁹

Tabel 1.1 Hasil penelitian Fakhriyan Sefti Adhaghassani

No	Indikator	Rata-rata	Kategori
1	Produk (<i>product</i>)	3,75	Sangat bagus
2	Harga (<i>price</i>)	4,0	Sangat bagus
3	Tempat (<i>place</i>)	3,3	Sangat bagus
4	Promosi (<i>promotion</i>)	2,0	Kurang bagus
5	Manusia (<i>people</i>)	2,67	Bagus

⁶Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013) h.103

⁷*Ibid.*,h.103

⁸*Ibid.*,h.118

⁹Fakhriyan Sefti Adhaghassani, *Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 7P (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence) Di Cherryka Bakery*". Jurnal Pendidikan Teknik Boga Tahun 2016

6	Proses (<i>proces</i>)	3,5	Sangat bagus
7	Bukti fisik (<i>physical evidence</i>)	3,6	Sangat bagus

Tabel 1.2 Data Umkm Kota Binjai

No	Kecamatan	Kelurahan	Jumlah Usaha
1	Binjai Barat	Suka Ramai	172
		Limau Mungkur	126
		Limau Sundai	222
		Paya Roba	282
		Suka Maju	140
		Bandar Senembah	184
2	Binjai Kota	Bergam	191
		Binjai	51
		Kartini	185
		Pekan Binjai	89
		Satria	53
		Setia	142
		Tangsi	355
3	Binjai Selatan	Bakti Karya	307
		Binjai Estate	405
		Pujidadi	338
		Rambung Barat	211
		Rambung Dalam	119
		Rambung Timur	133
		Tanah Merah	396
		Tanah Seribu	253
		Tinggi	177
4	Binjai Timur	Daratan Tinggi	177
		Mencirim	239
		Sm Rejo	224
		Sumber Karya	282
		Timbangan Langkat	169
		Tunggurono	247
		Tanah Tinggi	137
		Cengkeh Turi	778
5	Binjai Utara	Damai	184
		Jati Karya	323
		Jati Makmur	132
		Jati Negara	171
		Jati Utomo	177
		Kebun Lada	194
		Nangka	306
		Pahlawan	104
		Jumlah	

Sumber: Dinas UMKM Kota Binjai, Data diolah (2020)

Pada tabel 1.2 menunjukkan jumlah umkm di Kota Binjai sebanyak 8189 usaha yang meliputi usaha kuliner, ritel, kerajinan, pertanian, serta jasa dan layanan. Kota Binjai termasuk kota yang terdapat di provinsi Sumatera Utara mulai mengalami perkembangan, perkembangan kota Binjai meliputi aspek ekonomi, fisik, sosial, dan budaya disamping dari pada Kota Medan. Pemerintah kota Binjai dalam visi dan misinya memiliki tujuan untuk memajukan kota Binjai dengan cara pengembangan kewirausahaan dengan mengajak masyarakat untuk memulai usaha-usaha yang produktif baik itu disektor Usaha Kecil Menengah (UMKM). Berbagai pelatihan saat ini sangat dibutuhkan untuk menumbuhkan peningkatan kualitas para pelaku usaha kecil dan menengah di Kota Binjai agar terus bergerak dan melakukan inovasi. Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah dan Industri Kecil Menengah (IKM) berkembang dengan efektif saat ini, tercatat sebanyak 8189 pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah dan Industri Kecil Menengah yang berada pada kota Binjai. Untuk menumbuhkan peningkatan kualitas sangat dibutuhkan pelaku usaha UMKM agar semakin berkembang dan melakukan kreatifitas supaya para pelaku usaha dapat bersaing dengan UMKM pada daerah lain. Dengan memberikan arahan serta pelatihan yang tepat kepada pelaku usaha maka diharapkan dapat meningkatkan potensi terhadap kualitas para UMKM. Kemudian perlunya arahan dari aspek kualitas, pembimbingan untuk mengemas hasil produksi, sehingga para pelaku usaha diharapkan untuk berlomba. Yang tidak kalah pentingnya pemerintah diharapkan membuat suasana pasar yang tepat agar barang ataupun jasa yang diciptakan para pelaku usaha mempunyai nilai untuk dijual. Sekarang ini pemerintah kota Binjai telah melakukan suatu rencana dalam usaha peningkatan mutu Umkm dan Ikm, dengan cara melakukan kerjasama pada media yang mendukung seperti kerja sama dengan PT Bank Sumut atau Bank Indonesia.¹⁰

Metode analisis SWOT mempunyai fungsi untuk mendukung pelaku usaha agar menganalisis tentang strategi pemasaran dalam usaha yang harus diterapkan. Kunci dalam menjalankan suatu usahanya harus ditentukan pebisnis di awal

¹⁰Disampaikan Wali kota Binjai Muhammad Idaham, pada hari senin tanggal 18 maret 2019 saat membuka pelatihan peningkatan produktivitas dalam rangka meningkatkan ekonomi, produktivitas dan daya saing perusahaan. Diakses di www.sumutantarrnews.com pada tanggal 24 Juli 2020.

usahanya untuk dijadikan sebagai kelebihan yang dimiliki dan dalam metode SWOT sebagai kekuatan (*strenghts*), persoalan yang perlu diperhatikan para pelaku usaha agar pelaku usaha yang menjual produk yang sama tidak mudah mengetahui strategi yang dimiliki dalam hal ini disebut sebagai kelemahan (*weaknesses*). Setiap usaha tentu mempunyai kekurangan, maka kekurangan inilah yang harusnya dihindari, supaya tidak menjadi sebagai hambatan pada selanjutnya untuk pelaku usaha. Serta tentu mempunyai peluang pada bisnisnya. Apabila peluang ada tentu pelaku usaha akan mendapatkan kegunaan dari peluang yang dimiliki tersebut agar menarik minat pembeli yang lebih banyak. Selanjutnya ancaman atau *threats* yaitu hambatan utama yang dihadapi para pelaku usaha ketika menjalankan kegiatan bisnisnya. Contohnya bisa dapat berupa banyaknya pesaing yang ada dan beralihnya pembeli kepada penjual yang lain.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Eko Budi Sulistio, keberadaan pedagang kaki lima dianggap illegal di beberapa daerah di Indonesia. Namun jika diperhatikan lebih lanjut pedagang kaki lima dapat membantu tugas pemerintah dalam hal mengurangi nilai pengangguran dan kemiskinan. Faktanya pedagang kaki lima dinilai menjadi sebuah persoalan pada daerah-daerah yang ada di Indonesia. Dengan hasil penelitian bahwa penyebab seperti semangat untuk berjuang hidup, aspek pengetahuan terbatas, menjadi pekerjaan sementara, biokrasi daerah yang sedikit, usaha turun-temurun, kurangnya modal yang dimiliki, sulitnya lapangan pekerjaan menjadi alasan banyaknya ditemukan pedagang kaki lima di kota Bandar Lampung¹¹

Berjualan pada malam hari tengah marak terjadi pada saat sekarang ini dan dapat dikatakan telah menjadi hal yang biasa, tidak peduli waktu lagi waktu siang atau malam misalnya pedagang kaki lima (PKL) muslim yang berada di Kota Binjai memilih berjualan pada malam hari. Tentu ada alasan yang menjadikan para pedagang kaki lima memilih untuk berjualan pada malam hari, misalnya saja tidak ada pekerjaan yang lebih baik, atau tidak adanya tempat untuk berjualan

¹¹Eko Budi Sulistio, "Analysis and Policy Design of Street Vendors Management in Bandar Lampung". International Journal of Administrative Science & Organization Bisnis & Birokrasi, Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi ISSN 0854 - 3844, Accredited by DIKTI Kemendiknas RI No : 64a/DIKTI/Kep/2012

pada waktu siang hari, sehingga menggunakan waktu malam hari untuk berjualan. Firman Allah dalam surah An-naba': 10-11

وَجَعَلْنَا اللَّيْلَ لِبَاسًا ۚ ۱۰ وَجَعَلْنَا النَّهَارَ مَعَاشًا ۚ ۱۱

Artinya: “Dan Kami menjadikan malam sebagai pakaian. Dan Kami menjadikan siang untuk mencari penghidupan. (Q.S An-naba': 10-11)¹²

Dalam ayat tersebut, memiliki penjelasan mengenai waktu untuk mencari nafkah atau bekerja. Allah mengatakan dalam firmanNya bahwasannya siang dijadikan untuk waktu mencari nafkah atau bekerja sedangkan waktu malam diperintahkan untuk beristirahat. Namun faktanya yang terjadi sekarang di perkotaan khususnya di Kota Binjai banyak masyarakat yang melakukan aktivitas mencari nafkah atau berjualan pada waktu malam hari, seperti para pedagang kaki lima yang berjualan pada malam hari di Kota Binjai. Maka fakta ini tidak sesuai dengan dalil yang Allah firmankan tersebut. Hal ini bisa terjadi karena semakin berkembangnya suatu Negara atau daerah dan juga terjadi karena faktor globalisasi.

Tabel 1.3 Jenis Usaha di Kota Binjai Pada Malam Hari

No	Jenis Usaha	Jumlah
1	Pedagang Pakaian	61
2	Pedagang Sepatu/Sandal	23
3	Pedagang Topi	6
4	Pedagang Jam Tangan	8
5	Pedagang Minuman	55
6	Pedagang Makanan	147
	Jumlah	300

Sumber: Hasil Observasi: Data diolah pada tahun 2019

Berdasarkan tabel 1.3 ada sekitar 300 pedagang kaki lima yang terdapat di kota Binjai pada malam hari. Jumlah ini didapatkan berdasarkan hasil survei yang dilakukan peneliti pada 07 Juni 2020 pukul 21.00 WIB. Kemungkinan besar jumlah pedagang kaki lima di Kota Binjai bisa mengalami peningkatan dan penurunan dalam kurun waktu tertentu (jumlah ini tidak tetap). Hal ini disebabkan

¹² Departemen Agama RI, *Al-Fattah Al-Quran dan Terjemahan*, (Jakarta: Oasis Terrace Recident, 2013),h.294

karena tidak tetapnya para pedagang tersebut berjualan setiap harinya, dengan beberapa alasan yaitu faktor cuaca, ketersediaan bahan baku, dan kondisi lainnya.

Pedagang kaki lima (PKL) muslim di waktu malam hari yang berlokasi pada memilih nilai yang positif dikarenakan dapat membantu serta memberikan peluang kesempatan untuk bekerja bagi anggota atau karyawannya. Kemudian pakaian, sepatu, yang dijual sangat membantu kalangan anak muda kelas menengah, karena harganya yang lebih relatif murah bagi pedagang kaki lima yang berjualan pakaian, sepatu, topi, jam tangan. Sedangkan pedagang yang berjualan makanan dan minuman juga sangat membantu masyarakat kota Binjai dalam hal memenuhi kebutuhan pangannya pada malam hari. Bukan saja untuk memandirikan kehidupan pedagang kaki lima (PKL) muslim tersebut, nyatanya pedagang kaki lima dapat memberikan dampak yang positif terhadap perputaran ekonomi daerah. Nilai yang tinggi dapat diberikan oleh pedagang kaki lima walaupun unit usahanya bisa dikatakan kecil sehingga berpengaruh kepada perkembangan ekonomi daerah. Menjadi salah satu bentuk bisnis yang dilakukan masyarakat, minimnya atau keterbatasan modal yang dimiliki, waktu yang tidak tetap, tempat tidak menetap, golongan ekonomi kebawah yang umumnya menjadi pelanggan dari para pedagang kaki lima.

Pemasaran yang tepat meliputi seluruh proses penjualan, misalnya tempat yang dipilih untuk usaha. Dalam teori pemasaran untuk menentukan keberhasilan strategi pemasaran tempat (*place*) merupakan indikator pemasaran syariah yang menjadi alokasi dan tempat bisnis untuk menetapkan keberhasilan suatu strategi pemasaran dengan cara yang praktis.¹³ Faktanya para pedagang kaki lima yang berada di Kota Binjai menggunakan tempat untuk usaha di trotoar jalan dan bahu jalan yang bisa dikatakan itu bukanlah tempat untuk berjualan karena dapat mengganggu lalu lintas dan menimbulkan masalah lainnya. Namun kondisi tempat yang seadanya tidak memutuskan semangat para pedagang untuk memasarkan produknya, hal ini terbukti dengan banyaknya atau ramainya konsumen yang memilih untuk membeli pada produk makanan, minuman, pakaian, sepatu, dan lain-lain. Walaupun para pedagang kaki lima tersebut menggunakan tempat yang seharusnya tidak digunakan untuk berjualan, ada nilai positif yang didapat.

¹³ Nur Asnawi dan Muhammad Asnan Fanani. Pemasaran Syariah: Teori, filosofi, & Isu-Isu Kontemporer (Depok: Rajawali Pers, 2017). h. 166

Contohnya saja dengan adanya pedagang kaki lima tersebut dapat mengurangi pengangguran dan angka kejahatan, membantu para pedagang kaki lima tersebut untuk memenuhi kebutuhannya, serta menjadikan pusat Kota Binjai ramai. Dengan menggunakan tempat seadanya para pedagang kaki lima tersebut tentu banyak masalah yang di hadapi misalnya saja apabila hujan dan mati lampu karena tempat untuk berjualan tidak memadai, selain itu waktu pedagang kaki lima berjualan bisa dikatakan sangat relative singkat berkisar dari pukul 17.00 hingga larut malam untuk pedagang yang berjualan makanan dan minuman, sedangkan untuk pedagang kaki lima yang terdapat di Jalan Jendral Sudirman Kota Binjai berjualan pakaian, sepatu, jam tangan, tali pinggang dan topi umumnya mulai berjualan dari pukul 18.00 wib (menunggu toko tutup terlebih dahulu) hingga waktu dini hari, sehingga bagaimana konsep yang dilakukan para pedagang kaki lima dalam memasarkan produk yang di jual khususnya para pedagang kaki lima muslim di kota Binjai.

Berdasarkan rincian yang telah dijelaskan sebelumnya, maka peneliti tertarik untuk lebih memahami dan mempelajari lebih rinci persoalan strategi pemasaran yang dilakukan pedagang kaki lima muslim pada malam hari dalam upaya peningkatan perekonomian masyarakat di Kota Binjai

B. Rumusan Masalah

Berlandaskan latar belakang masalah yang dikemukakan tersebut, maka penulis merangkumkan pertanyaan karya ilmiah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan pedagang kaki lima muslim pada malam hari dalam upaya peningkatan perekonomian masyarakat di Kota Binjai?
2. Apa yang menjadi kendala pedagang kaki lima muslim pada malam hari dalam upaya peningkatan perekonomian masyarakat di Kota Binjai?
3. Bagaimana solusi yang dilakukan pedagang kaki lima muslim pada malam hari dalam upaya peningkatan perekonomian masyarakat di Kota Binjai dengan metode analisis SWOT?

C. Tujuan Penelitian

Berlandaskan rumusan masalah yang dikemukakan diatas, adapun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk memahami strategi pemasaran yang dilakukan pedagang kaki lima muslim pada malam hari dalam upaya peningkatan perekonomian masyarakat di Kota Binjai.
2. Untuk memahami kendala pedagang kaki lima muslim pada malam hari dalam upaya peningkatan perekonomian masyarakat di Kota Binjai
3. Untuk memahami solusi yang dilakukan pedagang kaki lima muslim pada malam hari dalam upaya peningkatan perekonomian masyarakat di Kota Binjai dengan metode analisis SWOT.

D. Penjelasan Istilah

Berlandaskan latar belakang masalah, rumusan masalah dan tujuan penelitian yang dikemukakan diatas, agar istilah istilah dalam penelitian lebih jelas, peneliti menjabarkan beberapa istilah yang perlu dikemukakan dalam penelitian ini, sebagai berikut :

1. Strategi pemasaran adalah suatu ilmu yang bertujuan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran dengan cara menentukan rencana yang menyeluruh, menyatu, dan terpadu dibidang pemasaran, yang dapat memberikan panduan kegiatan.
2. Pedagang kaki lima yaitu orang yang menjajakan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan kelompok atau konsumen dengan modal yang relative terbatas. Untuk menjajakan barang dagangannya biasanya dilakukan di tempat-tempat yang dianggap strategis seperti trotoar, pinggiran kota yang tanpa izin dari pemerintah setempat.
3. Perekonomian yaitu teknik prosedur yang dilakukan pada suatu Negara dengan tujuan mendistribusikan sumber daya yang ada terhadap individu ataupun golongan pada Negara yang bersangkutan.
4. Masyarakat yaitu keutuhan dalam kehidupan manusia yang melakukan interaksi berdasarkan pada suatu peraturan budaya tertentu yang memiliki sifat berkesinambungan dan terikat pada sesuatu.

E. Manfaat Penelitian

Sebuah penelitian pada karya ilmiah dilakukan untuk mendapatkan tujuan yang terkhusus dibalik suatu kejadian. Adapun yang menjadi manfaat dilaksanakannya penelitian karya ilmiah ini yaitu:

1. Secara Teoritis

Secara teoritis penelitian ini berguna untuk memberikan pengetahuan serta referensi dalam mengembangkan wawasan mengenai strategi pemasaran khususnya pada pedagang kaki lima.

2. Secara Praktisi

Menjadi masukan dan saran kepada para pedagang kaki lima untuk memahami dan menambah pengetahuan tentang strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN