

## Warung Mobil: Studi Tentang Pedagang Pengguna Warung Mobil di Kota Padang

Mia Febri Zuharmoon<sup>1</sup>, Ikhwan Ikhwan<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Negeri Padang

Email: [miafebrizuharmoon513@gmail.com](mailto:miafebrizuharmoon513@gmail.com), [ichone.in@gmail.com](mailto:ichone.in@gmail.com)

### Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya pedagang berjualan menggunakan warung mobil di Kota Padang. Warung mobil merupakan inovasi baru dalam perdagangan karena dianggap lebih praktis untuk berjualan. Untuk itu hal ini menarik melihat bagaimana *trend* berdagang menggunakan warung mobil di Kota Padang. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana motif pedagang dalam berjualan menggunakan warung mobil di Kota Padang. Dalam menganalisis penelitian ini, peneliti menggunakan teori fenomenologi yang dikembangkan oleh Alfred Schutz. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan tipe studi kasus. Pemilihan informan dilakukan dengan teknik *purposive sampling* dengan mewawancarai 18 orang informan. Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara observasi partisipasi, wawancara mendalam dan dokumentasi. Hasil penelitian menemukan bahwa motif pedagang dalam berjualan menggunakan warung mobil di Kota Padang adalah (1) Motif tujuan (*in order motive*) diantaranya (a) Meningkatkan penghasilan, (b) Memanfaatkan peluang, (c) Kemandirian, dan (d) Eksistensi diri. (2) Motif sebab (*because order motive*) diantaranya (a) Mahal dan sulitnya mencari tempat berjualan, (b) Keamanan dalam berjualan, (c) Eksistensi produk, (d) Makna promosi.

**Kata kunci:** *Motif, Pedagang, Warung Mobil*

### Abstract

*This research is motivated by the existence of traders selling using car stalls in the city of Padang. Car stalls are a new innovation in trading because they are considered more practical to sell. For this reason, it is interesting to see how the trend of trading using car stalls in Padang City. This study aims to describe the motives of traders in selling using car stalls in Padang City. In analyzing this research, the researcher uses the phenomenological theory developed by Alfred Schutz. The approach used in this research is a qualitative approach with a case study type. The selection of informants was carried out by purposive sampling technique by interviewing 18 informants. Data was collected by means of participatory observation, in-depth interviews and documentation. The results of the study found that the motives of traders in selling using car stalls in the city of Padang were (1) the motives of the goal (*in order motive*) including (a) Increasing income, (b) Taking advantage of opportunities, (c) Independence, and (d) Self-existence. (2) The motives of cause (*Because order motive*) include (a) Expensive and difficult to find a place to sell, (b) Security in selling, (c) Existence of products, (d) meaning of promotion.*

**Keywords:** *Car Stalls, Motive, Traders*



Received: October 11, 2021

Revised: December 23, 2021

Available Online: December 24, 2021

## **Pendahuluan**

Daerah perkotaan merupakan pusat pemukiman penduduk dari berbagai macam kegiatan yang dilakukan oleh suatu masyarakat. Perkotaan mempunyai daya tarik yang kuat, yaitu menjanjikan kesempatan kerja yang lebih luas, pendapatan yang lebih tinggi, dan berbagi kemudahan kegiatan lainnya yang beraneka ragam. Salah satu aktivitas penting yang terjadi di kota adalah aktivitas perdagangan. Terdapat dua sektor perdagangan dalam perkotaan, yaitu sektor formal dan informal (Haryono, 2016).

Warung mobil atau toko mobil merupakan inovasi baru dalam perdagangan karena dianggap lebih praktis dan ekonomis. Karena pola perilaku masyarakat yang ingin praktis dalam berbelanja. Warung mobil yang berada di pinggir jalan dan trotoar menjual barang dagangannya menggunakan kendaraan bermotor dan menggunakan *space* dari sebagian bagasi belakang mobil atau jok sepeda motor bagian belakang untuk berjualan barang dan jasa yang ditawarkannya. Sehingga akan memudahkan pengendara jika ingin membeli barang dagangan warung mobil ini. Warung Mobil yang berada di pinggir jalan dan trotoar menjual barang dagangannya menggunakan kendaraan bermotor dan menggunakan *space* dari sebagian bagasi belakang mobil atau jok sepeda motor bagian belakang untuk berjualan barang dan jasa yang ditawarkannya (Aucla, 2019).

Fenomena pedagang yang menggunakan mobil nampaknya baru terlihat dalam kurun tiga tahun belakangan ini, sampai sekarang sangat terlihat semakin banyak pedagang yang memanfaatkan mobil pribadi mereka untuk berdagang. Diketahui bahwa mobil merupakan alat transportasi, namun fenomena saat ini ketika mobil bukan hanya digunakan sebagai alat transportasi melainkan digunakan sebagai media untuk berdagang.

Di Kota Padang dijumpai pedagang yang berjualan menggunakan mobil sepanjang jalan terutama di daerah-daerah yang menjadi pusat kota atau di suatu tempat yang ramai dikunjungi oleh masyarakat. Para pedagang yang menggunakan mobil sebagai media usaha, kerap menyebut diri mereka sendiri dengan sebutan “Warung Mobil” ataupun “Toko Mobil” mereka menganggap diri mereka sama halnya dengan pedagang-pedagang yang berjualan di warung-warung ataupun di toko-toko, namun mereka dapat berpindah tempat dengan mudah karena menggunakan mobil.

Berdagang menggunakan warung mobil di Kota Padang merupakan peluang usaha baru yang akan terus berkembang seiring dengan *trend* gaya hidup masyarakat Kota Padang. Adanya Pedagang warung mobil tidak hanya dari kalangan yang tua, bahkan banyak dari kalangan yang muda berdagang menggunakan mobil. Fenomena sekarang sudah banyak dilihat anak muda yang mau bersusah payah mencari jati dirinya sendiri dan membantu perekonomian keluarga, salah satu bentuk contohnya berdagang.

Sekarang, di Kota Padang khususnya pedagang warung mobil telah mendapatkan posisi tersendiri mulai tertarik dan memanfaatkan warung mobil dalam mencari penghasilan. Selain itu objek atau media yang digunakan mobil bukan mobil yang biasa khusus untuk berdagang, tetapi sekarang kebanyakan mobil yang digunakan yaitu mobil pribadi. Pedagang yang bermunculan dengan mobil pribadi tahun ini menunjukkan suatu fenomena yang menarik untuk dikaji lebih jauh, khususnya dalam hal motif ekonominya.

Pedagang yang bermunculan dengan mobil pribadi tahun ini menunjukkan suatu fenomena yang menarik untuk dikaji lebih jauh, khususnya dalam hal motif ekonominya. Berikut ini merupakan beberapa usaha yang menggunakan mobil di kota Padang:

**Tabel 1. Jenis Dagangan Pedagang yang Berjualan dengan Menggunakan Warung Mobil**

No	Nama Pedagang	Umur	Nama Jenis Usaha	Jenis Mobil
1	DY	25 tahun	Milshake	Agya
2	AR	27 tahun	Sate Seafood	Avanza
3	RY	29 tahun	Pakaian	Ayla
4	YL	21 tahun	Jualan Aksesoris/Pakaian	Jazz
5	PI	22 tahun	Jual jilbab	Sigra

Sumber: Data Wawancara, 2019.

Dari data di atas dapat dilihat daftar pedagang yang berjualan dengan mobil dan barang yang dijualpun bermacam-macam, ada pakaian, aksesoris, makanan, dan sebagainya. Dapat dilihat bahwa umumnya pedagang yang berjualan menggunakan mobil berada di rentang usia 20-30 tahun. Berdasarkan permasalahan di atas maka tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan bagaimana motif pedagang dalam berjualan menggunakan warung mobil di Kota Padang.

Penelitian tentang topik ini pernah dilakukan oleh Popy, Syamsumarlin, (2012) "*Eksistensi Pedagang Ekonomi Kreatif Warung Mobil (Studi Antropologi Ekonomi di Kecamatan Baruga Kota Kendari)*". Temuannya adalah menunjukkan bahwa eksistensi warung mobil yang ada di Kecamatan Baruga terbagi atas empat bagian yaitu pedagang makanan, pedagang minuman, pedagang sayur-sayuran, dan pedagang buah-buahan. Dalam berdagang menggunakan menggunakan mobil hubungan individual pedagang dan pemerintah sangat erat kaitannya, dimana ada beberapa aparat pemerintah memanfaatkan eksistensi usaha warung mobil ini untuk mendapatkan keuntungan dan reproduksi budaya usaha warung mobil bisa terjadi karena melihat, dari daerah asal, belajar dari teman, dan melihat penjual yang lebih dahulu menggunakan warung mobil.

Penelitian lainnya yang dikutip dari penelitian Renta (2015) "*Profil Pedagang kaki lima yang Menggunakan Bilko (Mobil Toko) di Jalan Cut Nyak Dien Kota Pekanbaru*" temuannya adalah bahwa pedagang memilih untuk bertahan dengan alasan untuk memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga dan Lokasi Jalan Cut Nyak Dien merupakan pangsa pasar yang menjajikan bagi pedagang kaki lima. Alasan tersebut yang membuat pedagang memiliki strategi bertahan agar tetap berjualan, meminta perlindungan dan pembelaan dari DPRD Kota Pekanbaru, menjual dan melestarikan kuliner khas Riau, memperkuat solidaritas sosial antara sesama pedagang kaki lima. Selain itu pedagang memiliki strategi mempertahankan usahanya dari persaingan dengan cara membangun relasi dengan pembeli, persaingan dalam citra rasa, mengatur waktu berjualan.

Terkait dengan penelitian di atas peneliti juga tertarik ingin mengkaji bagaimana motif pedagang warung mobil di Kota Padang. Berdagang menggunakan warung mobil tetap *trend* padahal masih ada pedagang kaki lima di Kota Padang. Ketertarikan peneliti terhadap motif pedagang dalam berjualan menggunakan warung mobil karena ini merupakan gaya baru dalam berjualan di Kota Padang. Dalam hal ini peneliti juga melihat bagaimana interaksi pedagang warung mobil dengan pembeli, dengan petugas terkait dan masyarakat sekitar lokasi pedagang warung mobil. Kesamaan peneliti dengan peneliti sebelumnya adalah sama-sama berfokus pada pedagang menggunakan warung mobil. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada fokus penelitian yang menekankan pada kajian motif pedagang dalam berjualan menggunakan warung mobil.

## Metode Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan tipe studi kasus. Pendekatan kualitatif merupakan penelitian yang bersifat deskriptif. Penelitian kualitatif secara umum dapat digunakan untuk penelitian tentang kehidupan bermasyarakat, sejarah, tingkah laku, fungsionalisasi organisasi, aktivitas sosial dan lain-lain (Creswell, Raco, 2007). Data yang terkumpul berbentuk kata-kata atau gambar, sehingga tidak menekankan pada angka, serta data yang terkumpul setelah dianalisa selanjutnya dideskripsikan sehingga mudah dipahami oleh orang lain. Penelitian ini dilakukan di GOR H. Agus Salim, kawasan pantai Purus Padang dan di depan monumen Tugu Gempa Padang Kota Padang. Pemilihan informan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* (sampel bertujuan) dengan jumlah 18 informan. *Purposive sampling* adalah menetapkan informan sebelum melakukan penelitian, dengan menetapkan kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh orang yang akan dijadikan sumber informasi (Prasanti, 2018). Berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan tersebut, peneliti telah mengetahui identitas orang-orang yang akan dijadikan informan sebelum penelitian yang dilakukan. Dengan pemilihan informan dengan kriteria-kriteria yaitu: 1) yaitu pedagang yang menggunakan mobil, 2) pembeli, 3) masyarakat penjaga 4) keamanan. Teknik pengumpulan data dilakukan pada *natural setting* (kondisi alamiah), sumber data primer, dan teknik pengumpulan data lebu banyak pada observasi berperan serta (*participant observation*), wawancara mendalam (*in depth interview*) dan dokumentasi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi (Sugiyono, 2007).

Analisis data adalah proses penyusunan data agar dapat ditafsirkan. Menyusun data berarti mengelompokkan dalam pola atau kategori. Sedangkan tafsiran atau interpretasi artinya memberikan makna pada analisa dalam menjelaskan pola atau kategori dan mencari hubungan antar berbagai konsep (Sugiyono, 2017). Reduksi data diawali dengan menrangkan, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting terhadap isi dari suatu data yang telah direduksi dapat meemberikan data yang lebih tajam tentang hasil pengamatan (Riyanto, 2007). Verifikasi merupakan kegiatan yang dilakukansetelah reduksi data dan penyajian sehingga akhirnya dapat ditarik suatu kesimpulan (Bungin, 2001). Penarikan kesimpulan dilakukan untuk mengumpulan data-data hasil wawancara dan observasi mengenai bagaimana motif pedagang pengguna warung mobil di Kota Padang.

## Hasil dan Pembahasan

Pedagang adalah orang yang melakukan transaksi jual beli, barang yang diperjual belikan oleh pedagang ada yang diproduksi langsung dan ada yang diproduksi pihak lain (Ginting, 2015). Tujuan untuk melakukan kegiatan perdagangan adalah mendapatkan keuntungan. Ada beberapa jenis pedagang antara lain pedagang pengumpul, pedagang pengecer. Seiring perkembangan zaman semakin membuat seseorang makin kreatif dalam mencari penghasilan, salah satunya adalah kegiatan berdagang. Bila dahulu berdagang identik mempunyai toko, akan tetapi sekarang bisa menggunakan mobil sebagai media atau tempat untuk berjualan. Warung mobil bisa menggantikan fungsi toko saat berjualan.

Menurut Schutz, tindakan manusia menjadi hubungan sosial apabila manusia memberikan makna tertentu terhadap tindakanya itu, dan manusia lain memahami pula tindakanya itu sebagai sesuatu yang penuh arti. Berdasarkan pemikiran Schutz, para pedagang pengguna warung mobil memiliki makna tersendiri terhadap alasan mereka memilih berdagang menggunakan mobil (warung mobil). Pemaknaan inilah yang menjadi dasar yang memunculkan motif-motif tertentu terhadap tujuan pedagang memilih berdagang

menggunakan mobil (warung mobil), dimana persepsi ini dihasilkan oleh referensi individu, pengalaman sebelumnya yang didapatkan dari luar. Pedagang tersebut tentu memiliki tujuan-tujuan atau alasan-alasan tertentu bagi pedagang mengapa mereka memilih berdagang menggunakan mobil (warung mobil) di Kota Padang. Tindakan pedagang warung mobil dalam berjualan menggunakan mobil di Kota Padang tentunya mempunyai beberapa motif yaitu: Motif Tujuan (*In order motive*) dan motif sebab (*Because Motive*) yang menjadi latar belakang motif ini.

### **Motif Tujuan (*In Order Motive*)**

Setiap tindakan yang dilakukan oleh manusia sudah pasti memiliki maksud dan tujuan untuk melakukan sesuatu. Tindakan adalah perilaku yang diarahkan untuk mewujudkan pada masa yang akan datang yang telah ditetapkan. Menurut Schutz, tindakan yang dilakukan seseorang salah satunya dipengaruhi oleh faktor dalam diri individu (*in order motive*) motif ini muncul karena adanya suatu tujuan tertentu yang ingin dicapai oleh individu tersebut. Setiap tindakan yang dilakukan oleh pedagang warung mobil sudah pasti memiliki maksud dan tujuan untuk mencapai sesuatu. Tindakan ini diharapkan dapat mewujudkan keinginan pada masa yang akan datang sesuai dengan target yang sudah ditetapkan.

### **Meningkatkan Penghasilan**

Faktor ekonomi adalah salah satu faktor yang melatarbelakangi pedagang warung mobil memilih berjualan dengan menggunakan mobil pribadi (Hariningsih & Simatupang, 2008). Ada pedagang yang sudah mempunyai toko tetapi masih berjualan menggunakan mobil, mereka bertujuan untuk mendapatkan penghasilan tambahan sehingga mendapatkan keuntungan yang dobel. Dan ada juga profesi lain seperti pekerja kantoran yang berjualan menggunakan mobil bertujuan untuk meningkatkan penghasilan. Hal ini sesuai dengan apa yang disampaikan oleh Yusuf (25 tahun) yang berjualan sandal anak muda, yaitu:

*“...Awak alah punyo tokonyo di arah Kuranji tapi disitu langang jadi awak baraliah mangaleh jo oto di kawasan taplau karano kadai wak yang dia Kuranji tu bisa adik wak yang manjago dan yang manggaleh di taplau ko awak jadi awak bisa mendapatkan keuntungan yang dobel dari mangaleh sandal ko”* (Wawancara menggunakan bahasa daerah Minangkabau)

Artinya:

*“...Saya sudah punya toko dek di kawasan Kuranji akan tetapi disana sepi jadi saya beralih berjualan menggunakan mobil di daerah Taplau sebab toko yang di Kuranji bisa sambilan dijaga oleh adek saya. Untuk jualan yang di taplau saya yang menjual setiap harinya dan dengan berjualan di toko dan dengan mobil saya bisa mendapatkan keuntungan yang lebih”* (Wawancara dilakukan tanggal 20 Februari 2021)

Berdasarkan wawancara dengan informan dapat disimpulkan bahwa pedagang warung mobil yang melatarbelakangi mereka berdagang menggunakan mobil salah satu faktor ekonomi. Informan dalam penelitian ini juga memiliki pekerjaan lain selain berdagang menggunakan warung mobil. Informan merasa mendapatkan keuntungan yang lebih dengan berjualan menggunakan warung mobil ini. Sebab informan selain berjualan menggunakan warung mobil dia juga memiliki toko tetap dan menjadikan dia mendapatkan keuntungan

yang lebih. Dalam hal ini pedagang warung mobil sebagai aktor memiliki tujuan untuk meningkatkan penghasilan, selain dari penghasilan yang didapat dari bekerja tetap, aktor juga ingin menambah penghasilan dengan berjualan ketika libur bekerja.

### ***Memanfaatkan Peluang***

Adanya senggang waktu pedagang warung mobil menjadikan itu peluang untuk berjualan. Tempat yang ramai akan menjadi peluang untuk melakukan kegiatan berdagang. Dengan memanfaatkan waktu luang dalam berjualan tentunya akan menambah penghasilan. Dalam hal ini sesuai dengan apa yang disampaikan oleh Taufik (19 tahun), yang berjualan minuman chocolate signature yaitu :

*“...Awak mangaleh ko alah 2 bulan kak semenjak korona awak kuliah online jadi dengan awak kuliah online ko awak bisa memanfaatkan waktu luang dari pado awak duduk- duduk dek akak ancak mangaleh lai ado jo pitih masuk”*  
(Wawancara menggunakan bahasa daerah Minangkabau)

Artinya:

*“...Saya berjualan sudah 2 bulan semenjak Covid ini kak jadi kampus mengeluarkan peraturan kuliah online maka sebab itu saya memanfaatkan peluang yang ada dari padang nokrong sana sini lebih baik saya berjualan minuman sehingga saya bisa mendapatkan tambahan belanja”* (Wawancara dilakukan tanggal 20 Februari 2021)

Berdasarkan pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa informan memanfaatkan peluang yang ada karena informan tidak ada kegiatan maka dia kepikiran untuk berjualan minuman menggunakan warung mobil. Dan informan memanfaatkan waktu yang luang untuk berjualan agar bisa menambah pendapatan.

### ***Kemandirian***

Kemandirian (*self reliance*) adalah kemampuan untuk mengelola semua yang dimiliki, tahu bagaimana mengelola waktu, berjalan dan berfikir secara mandiri disertai dengan kemampuan mengambil resiko dan memecahkan masalah. Individu yang mandiri tidak membutuhkan petunjuk yang detail dan terus menerus bagaimana mencapai produk akhir, ia bisa bersandar pada diri sendiri. Kemandirian berkenaan dengan tugas dan keterampilan bagaimana mengerjakan sesuatu mencapai sesuatu dan bagaimana mengelola sesuatu (Parker, 2016).

Dalam berjualan kemandirian sangat diperlukan supaya usaha yang dijalankan berkembang dan lancar. Dengan adanya kemandirian pelaku warung mobil bisa memecahkan masalah yang terjadi disaat berjualan dan bisa memecahkan resiko dalam berjualan. Hal ini sesuai dengan apa yang disampaikan Mega (21 tahun) yang berjualan jilbab dan aksesoris, yaitu:

*“...Awak alah jualan jilbab dan aksesoris ko sekitar 2 tahun ko dari mulai awal kuliah sampai kini. Tujuan wak jualan aksesoris ko supaya wak bisa cari balanjo kuliah tanpa minta ka urang gaek. Lumayan lah kak untungnyo untuk nambah-nambah balanjo kuliah* (Wawancara menggunakan bahasa daerah Minangkabau)

Artinya:

“...Saya sudah berjualan jilbab dan aksesoris sekitar 2 tahun mulai dari awal kuliah sampai sekarang. Tujuan saya jualan aksesoris ini adalah supaya saya bisa biayai beasiswa kuliah saya tanpa minta ke orang tua. Keuntungan dari jualan jilbab ini lumayan untuk nambah-nambah belanja kuliah” (Wawancara dilakukan tanggal 20 Februari 2021)

Berdasarkan pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa informan mencoba mandiri dengan berjualan jilbab sedangkan informan juga kuliah. Jadi dengan berjualan aksesoris dan jilbab bisa membuat informan mandiri tanpa minta uang belanja dengan orang tua. Dalam hal ini informan memanfaatkan mobil yang ada dirumah untuk berjualan jilbab.

### ***Eksistensi diri***

Eksistensi diri merupakan segala kemungkinan yang apabila direalisasikan dapat mengarahkan individu pada keberadaan autentik, yaitu manusia menjadi dirinya sendiri, mengambil tanggung jawab untuk menjadi dirinya sendiri dengan menyeleksi kemungkinan-kemungkinan yang ada disediakan dalam kehidupan (Rodgers, 2015). Hal ini sesuai dengan apa yang disampaikan Tania 25 Tahun yang berjualan baju, yaitu:

*“...Awak alah jua baju 5 tahun ko jenis baju yang wak jua beragam mulai dari baju anak- anak sampai dewasa untuk jenis baju yang awak jua hanya baju padusi. Subananya di rumah wak jua baju lo tapi dengan jualan pakai oto ko wak bisa pindah- pindah sehingga wak bisa meningkatkan eksistensi di kalangan masyarakat. Dengan jualan baju ko usaho wak bisa dikenal banyak urang”* (Wawancara menggunakan bahasa daerah Minangkabau).

Artinya:

“...Saya sudah berjualan baju sekitar 5 tahun, baju yang saya jual beragam mulai dari baju anak- anak sampai dewasa untuk jenis baju yang saya jual hanya baju perempuan. Sebenarnya di rumah saya jualan baju juga tapi dengan jualan pakai mobil ini saya bisa berpindah pindah sehingga usaha saya ini banyak dikenal orang” (Wawancara dilakukan tanggal 22 Februari 2021).

Berdasarkan pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa informan mencoba mencari eksistensi diri dengan menjual produk baju sehingga dengan berjualan baju tersebut namanya banyak dikenal masyarakat sekaligus nama usahanya juga dikenal. Dalam hal ini pedagang warung mobil sebagai memberi motif untuk meningkatkan eksistensi diri, karena dengan berjualan yang berpindah pindah masyarakat lebih banyak mengenal produknya dan bisa lebih eksis namanya di kalangan masyarakat.

### ***Motif Sebab (Because Order Motive)***

Menurut (Kuswarno, 2009), motif sebab (*because motive*) merupakan tindakan yang dipengaruhi oleh faktor yang berada di luar individu. Motif ini muncul karena adanya alasan ataupun sebab tertentu yang membuat individu melakukan suatu tindakan tertentu. Ada beberapa alasan dari pedagang warung mobil dalam menggunakan mobil untuk berdagang di Kawasan Pantai Purus Padang, GOR, dan Tugu Gempa.

Tindakan yang dipengaruhi oleh faktor yang berada diluar diri individu. Motif ini muncul karena adanya alasan ataupun sebab tertentu yang membuat individu melakukan suatu tindakan tertentu. Dalam hal ini pedagang warung mobil melihat adanya peluang yang bisa dimanfaatkan untuk berjualan sehingga memilih berjualan menggunakan warung mobil dengan beberapa alasan yaitu:

### ***Mahal dan sulitnya mencari tempat berjualan***

Setelah melakukan observasi lapangan dapat disimpulkan bahwa pedagang yang awalnya tidak memiliki toko karena besarnya biaya sewa toko memutuskan berjualan menggunakan warung mobil karena berjualan menggunakan warung mobil biayanya akan lebih murah. Hal ini sesuai dengan apa yang disampaikan oleh Dicky (25 tahun) yang berjualan minuman *milkshake*, yaitu:

*“...Kalau untuak manyewatokotaralu maha, karano awak mangaleh indak satiok hari ,senin sampai jumat awak karajo, mangkonyo awak mamilih mangaleh pakai oto, menurut awak lebih mudah mangaleh pakai oto, hanyo mambayia pakir 8ribu, kalau untuak tampek mangaleh awak manetap di GOR karano pelanggan wak alah banyak yang tau dan banyak lo pengunjuangnyo di GOR ko, kalau wak bapindah tampek yang lain alun tau tampek yang strategis lai yang banyak pengunjuangnyo”* (Wawancara menggunakan bahasa daerah Minangkabau).

Artinya:

*“...Untuk menyewa toko terlalu mahal, dikarenakan jadwal berjualan yang tidak dilakukan setiap hari. Oleh sebab itu saya lebih memilih untuk berjualan menggunakan mobil yang hanya dikenai tarif sebanyak Rp.8000,-. Tempat berjualan tetap saya berada di kawasan GOR Agus Salim, dikarenakan sudah banyaknya pelanggan di kawasan tersebut. Jika saya beralih ke tempat lain untuk berjualan belum tentu seramai dan strategis pada tempat yang sebelumnya”* (Wawancara dilakukan tanggal 20 Februari 2021)

Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa alasan (*because motive*) yang melatarbelakangi pedagang warung mobil memilih berjualan menggunakan mobil disebabkan oleh mahalnya biaya sewa dan sulitnya mencari tempat berjualan yang ramai masyarakat dan tempat yang strategis. Oleh karena itu mobil menjadi salah satu alternatif pilihan bagi para pedagang sebagai sarana menjajakan barang dagangannya tanpa perlu membayar tarif sewa toko. Dalam hal ini terdapat beberapa motif yang menjadi alasan bagi pedagang memilih berjualan menggunakan mobil karena mahalnya harga sewa toko yang tidak sebanding dengan pendapatan dari hasil berjualan, dengan menggunakan mobil tidak perlu menyewa toko dan lebih mudah untuk mencari tempat berjualan. Terutama bagi pedagang yang memang memiliki mobil pribadi sangat menjadi peluang bagi mereka untuk berusaha.

### ***Keamanan dalam Berjualan***

Kemamanan dalam berjualan menjadi poin penting pedagang warung mobil karena dengan terciptanya rasa aman akan membuat proses perdagangan akan lancar. Dalam berdagang atau melakukan transaksi jual beli tentunya diperlukan rasa aman agar dapat melakukan aktivitas berdagang maupun transaksi jual-beli. Hal ini sesuai dengan apa yang disampaikan oleh Vina (30 tahun) yang berjualan minuman *skincare* dan baju bayi, yaitu:



*“...Kalau di siko keamanannya alah tajago karna ado taruih petugas yang minta iuran satiok hari jadi indak ado lai do mampalak dari preman setempat jadi awak alah maraso nyaman mangaleh disiko. Dan samo petugasnyo pun awak lah kenalelok lo jadi ndak mungkin lah inyo macam-macam samo galeh wak”* (Wawancara menggunakan bahasa daerah Minangkabau).

Artinya:

*“...Kalau disini keamanannya sudah terjaga karna sudah ada petugas yang minta iuran setiap hari jadi tidak ada pungli dari preman setempat dan saya sudah merasa nyaman berjualan disini karna saya sudah kenal baik dengan petugasnya jadi dia tidak mungkin mengganggu dagan saya”* (Wawancara dilakukan tanggal 22 Februari 2021).

Berdasarkan wawancara dengan informan dapat disimpulkan bahwa informan sudah merasa aman berjualan karena ada petugas yang setiap harinya meminta iuran jadi tidak ada lagi pihak luar yang akan mengganggu informan dalam berjualan. Dan informan sudah kenal baik dengan petugas jadi timbul rasa percaya yang dalam. Dalam hal ini keamanan dalam berjualan adalah kompenen penting untuk menciptakan keadaan agar terpenuhi hak atas rasa aman pada masyarakat yang berjualan menggunakan warung mobil. Penyebab pedagang memilih berjualan dengan mobil karena adanya rasa aman yang dimiliki pedagang disini karena kalau biasanya pedagang berjualan menggunakan mobil sudah membayar uang pakir atau keamaan tidak ada yang mengganggu mereka ketika berjualan.

### ***Eksistensi Produk***

Eksistensi produk dalam pemasaran sangat diperlukan dalam kegiatan perdagangan. Salah satu tujuan dari pedagang warung mobil ini berjualan menggunakan mobil untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat dengan cara berpindah pindah tempat. Berjualan menggunakan warung mobil dan memilih tempat strategis yang ramai di kunjungi itu merupakan salah satu cara agar produk yang ditawarkan lebih dikenal (warung mobil). Hal ini sesuai dengan apa yang disampaikan oleh Rian (28 tahun) yang berjualan hamster, yaitu:

*“..Awak mangaleh hamster di Taplau alah 2 tahun dan target pasar wak tu semua kalangan baik dari anak- anak dan dewasa,karano ditaplau banyak dikunjungi semua kalangan ,mangkonyo di Taplau ko tujuan wak mangaleh jo oto untuk mengenalkan hamster yang wak jua ka masyarakat agar masyarakat tatarik. Dan untuk harago yang awak tawarkan beragam mulai dari hargo Rp. 50.000 sampai Rp.300.000 tergantung besarnya dan keunikan hamster. Awak menawarkan harga yang beragam supaya urang bisa milih sesuai dengan kantongnya dan semua kalangan baik kalangan atas ataupun kalangan bawah bisa mambali hamster ko”* (Wawancara menggunakan bahasa daerah Minangkabau).

Artinya:

“...Saya berjualan hamster di Taplau sudah 2 tahun dan target pasar saya adalah semua kalangan baik kalangan anak-anak ataupun dewasa, karena di Taplau banyak dikunjungi semua kalangan, oleh karena itu di Taplau ini tujuan saja jualan dengan warung mobil untuk mengenalkan hamster yang saya jual ke masyarakat agar masyarakat tertarik. Dan untuk harga yang saya tawarkan beragam mulai dari harga Rp. 50.000 sampai Rp.300.000 tergantung besar dan keunikan hamster. Saya menawarkan harga yang beragam supaya orang bisa memilih sesuai *budget* dan semua kalangan baik kalangan atas maupun kalangan bawah bisa membeli hamster ini” (Wawancara dilakukan tanggal 22 Februari 2021).

Berdasarkan informasi yang di dapatkan dari informan pedagang berjualan hamster dengan menggunakan warung mobil agar masyarakat mudah menjangkau dan bisa memilih hamster sesuai dengan kantongnya dalam berdagang bagi pedagang warung mobil di kawasan Kota Padang ialah makna eksklusif. Dalam hal ini pedagang berjualan menggunakan warung mobil adalah agar promosi produknya terkesan modern lewat kendaraan, dan biasanya banyak kalangan anak muda yang tertarik dan ingin tahu apa yang dijual di mobil tersebut. Pedagang harus semenarik mungkin memperkenalkan dan meyakinkan konsumen agar produknya dipercaya dan tentunya tidak kalah saing dengan pedagang lainnya.

### ***Makna Promosi***

Makna promosi berperan untuk memajukan atau meningkatkan perdagangan atau memajukan bidang usaha. Makna lain dari promosi adalah meningkatkan omzet penjualan. Jadi promosi dapat diartikan sebagai suatu upaya atau alat komunikasi untuk memperkenalkan suatu produk dari satu perusahaan tertentu agar dapat dikenal publik dan menarik minat pembeli sehingga meningkatkan penjualan. Hasil yang diharapkan dari makna promosi adalah larisnya produk sehingga akan menguntungkan pedagang warung mobil. Hal ini sesuai dengan apa yang disampaikan oleh Edo (27 tahun) yang berjualan baju laki-laki, yaitu:

*“...Awak mangaleh baju pakai oto di gor ko alah 2 tahun baju yang wak galeh tu baju anak mudo khusunyo baju laki-laki. Harga baju yang wak galeh ko beragam ado yang murah ado yang maha tergantung kualitas bahan. Biasonyo sakali sabulan tu wak ado promosi untuk produk wak ko yaitu wak manurunan haragonyo karna supayo pembeli tertarik kan. Dan dengan wak maadoan promosi jo oto ko jadi urang-urang tertarik mancaliak dan mambali produk wak”* (Wawancara menggunakan bahasa daerah Minangkabau).

Artinya:

“...Saya berjualan baju menggunakan mobil di gor sudah 2 tahun baju yang saya jual yaitu baju anak muda khususnya baju laki-laki. Harga baju yang saya jual beragam mulai dari harga yang paling bawah sampai harga yang paling atas tergantung kualitas bajunya. Biasanya satu kali dalam sebulan saya mengadakan promosi dengan menurunkan harga baju supaya pembeli tertarik. Dan dengan saya mengadakan promosi menggunakan mobil tersebut orang-orang sekitar akan berminat mampir ke warung mobil saya dan membeli baju” (Wawancara dilakukan tanggal 20 Februari 2021)

Berdasarkan wawancara dengan informan dapat disimpulkan bahwa informan menggunakan warung mobil untuk mempromosikan jualan baju anak muda khususnya baju laki-laki dengan mengadakan diskon setiap bulanya agar masyarakat tertarik dan mampir ke warung mobilnya. Dalam hal ini tujuan dari pedagang berjualan dengan menggunakan mobil ini adalah agar lebih mudah dalam promosi produk yang dijualnya. Dengan menggunakan mobil, pedagang bisa ke berbagai tempat untuk mempromosikan barang dagangannya, tindakan ini lebih efektif karena pedagang bisa menunjukkan secara langsung produknya kepada konsumen, berbeda dengan promosi lewat sosial media yang hanya bisa dilihat visualnya saja.

Dari hasil temuan diatas dapat di analisis menggunakan teori fenomenologi yang dikembangkan oleh Alfred Schutz. Teori fenomenologi merupakan teori yang membahas bagaimana realitas sosial (Turner, 2015). Realitas sosial adalah sesuatu yang telah terjadi dan sesuatu yang telah diterima begitu saja. Menurut Schutz, realitas sosial merupakan dunia intersubjektif yang dimiliki bersama orang lain. Realitas sosial tercipta jika individu merekonstruksi atau menyusun makna (tipikasi). Schutz berpendapat bahwa manusia memiliki setiap keinginannya sendiri dan itu yang menjadi pendorong ia untuk melakukan sesuatu. Di dalam keinginan itu sudah terdapat makna dari penafsirannya berdasarkan pengalaman dan pengetahuan yang ia miliki dan Schutz menyebut hal sebagai motif.

Tindakan manusia ada dua (Ritzer, 2004) *in order motive* (faktor dalam diri individu) dan *because order motive* (faktor yang ada diluar individu). Dalam penelitian ini tindakan yang dilakukan oleh pedagang warung mobil dilatarbelakangi oleh motif dalam diri individu (*in order motive*). Motif ini muncul karena adanya suatu tujuan yang ingin dicapai oleh pedagang warung mobil tersebut yaitu meningkatkan penghasilan dengan cara berjualan ketika libur bekerja, memanfaatkan peluang dengan memanfaatkan waktu luangnya untuk berdagang bahwa pedagang memiliki kendaraan pribadi sangat diuntungkan jika dapat memanfaatkan situasi dengan benar, kemandirian dimana pedagang warung mobil bisa hidup mandiri dengan berjualan menggunakan warung mobil, dan eksistensi diri dimana pedagang warung mobil menunjukkan bahwa selain mempunyai pekerjaan pedagang juga memiliki usaha berjualan menggunakan warung mobil kepada masyarakat.

Dan dalam penelitian ini tindakan yang dilakukan oleh pedagang warung mobil dilatarbelakangi juga oleh motif yang berasal dari luar diri individu (*because order motive*) motif ini muncul karena adanya alasan atau sebab tertentu yaitu mahal dan sulitnya mencari tempat berjualan dalam hal ini pedagang warung mobil menggunakan mobil untuk berjualan tidak perlu menyewa toko dan lebih mudah mencari tempat berjualan, keamanan dalam berjualan dimana motif penyebab pedagang memilih berjualan menggunakan warung mobil karena adanya rasa aman yang dimiliki pedagang karena pedagang telah membayar uang keamanan, eksistensi produk dimana alasan pedagangan agar promosi produknya terkesan moderen lewat warung mobil dan masyarakat jadi tertarik, dan makna promosi alasan pedagang warung mobil agar lebih mudah mempromosikan dagangannya lewat warung mobil berbeda dengan promosi lewat media sosial yang hanya bisa dilihat visualnya saja.

Menurut Schutz, kesadaran intersubjektif merupakan kehidupan dunia (*life-world*) atau dunia kehidupan sehari-hari. Konsep intersubjektif saling menginterpretasikan tindakanya masing-masing dan pengalaman mereka juga diperoleh melalui cara yang sama seperti yang dialami dalam interaksi individual. Hadirnya pedagang warung mobil juga memperlihatkan adanya suatu interaksi sosial berupa hubungan timbal balik antara penjual, pembeli, petugas keamanan dan masyarakat sekitar lokasi pedagang warung mobil.

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan di lapangan dapat disimpulkan motif pedagang dalam berjualan menggunakan mobil di Kota Padang adalah motif tujuan (*in order to motive*) dan motif sebab (*because motive*). Motif tujuan dari pedagang warung mobil ini berdagang menggunakan mobil adalah meningkatkan penghasilan, memanfaatkan peluang, kemandirian, dan eksistensi diri. Motif sebab merupakan tindakan yang dipengaruhi oleh faktor yang berada diluar individu. Dalam hal ini adalah alasan dari pedagang warung mobil dalam menggunakan mobil untuk berdagang disebabkan oleh mahal dan sulitnya mencari tempat berjualan, keamanan dalam berjualan, eksistensi produk, dan makna promosi.

## Daftar Pustaka

- Aucla, A. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penyerapan Tenaga Kerja Pada Usaha Makanan dan Minuman Studi Kasus Warung Mobil Kota Makassar. *Αγχη*, 8(5), 55.
- Bungin, B. (2001). *Metode Penelitian*. Jurnal Pendidikan Anak, 9(1), 57–62. <https://doi.org/10.21831/jpa.v9i1.31618>
- Creswell, Raco, J. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/mfzuj>
- Ginting, S. W. (2015). Pengaruh Keberadaan Pedagang Kaki Lima Terhadap Jumlah Pengunjung Taman Kota di Medan. *Simetrika*, 3(3), 203–210.
- Hariningsih, E., & Simatupang, R. A. (2008). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Usaha Pedagang Eceran Studi Kasus: Pedagang Kaki Lima di Kota Yogyakarta. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 3(2), 89. <https://doi.org/10.21460/jrmb.2008.32.204>
- Haryono, H. (2016). Analisis Perilaku Konsumsi Mahasiswa Ditinjau Dari Motif Bertransaksi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(1), 41–50.
- Kuswarno, E. (2009). *Motif Berinteraksi Imigran Ilegal dengan Masyarakat Kota Pekanbaru*. Fakultas Ilmu Komunikasi, 2, 30–40.
- Parker, D. (2016). *Kemandirian Anak Kelompok Taman Kanak-Kanak Mandiri Desa Sumber Asri Kecamatan Nglegok Kabupaten Blitar*. Jurnal Pedagogi, 2, 88–95.
- Popy, Syamsumarlin, Aris La Ode. (2012). Eksistensi Pedagang Ekonomi Kreatif Warung Mobil (Studi Tentang Antropologi Ekonomi di Kecamatan Baruga Kota Kendari). *Toward a Media History of Documents*, 8(2), 12–26.
- Prasanti, D. (2018). *Penggunaan Media Komunikasi Bagi Remaja Perempuan Dalam Pencarian Informasi Kesehatan*. LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi, 6(1), 13–21. <https://doi.org/10.30656/lontar.v6i1.645>
- Renta, R. (2015). *Profil Pedagang Kaki Lima Yang Menggunakan Bilko (Mobil Toko) di Jalan Cut Nyak Dien Kota Pekanbaru*. Jom Fisip, 2(2), 5–24.
- Riyanto, Y. (2007). *Metode Penelitian*. Jakart
- Rodrges, T. (2015). *Cara Mudah Mempelajari Eksistensialisme*.
- Sugiyono, S. (2007). *Metode Penelitian*. Jurnal Community, 4(1), 74–89. <https://doi.org/10.35308/jcpds.v4i1.191>
- Sugiyono, S. (2017). *Pengaruh City Branding “A Land Of Harmony” terhadap Minat Berkunjung*. 3(3), 67–75. <https://doi.org/10.31955/mea.vol4.iss1.pp67>
- Turner, B. (2015). *Menimbang Gagasan Bryan S. Turner tentang Islam*. Teosofi: Jurnal tasawuf dan Pemikiran Islam, 3(1), 60. <https://doi.org/10.15642/teosofi.2013.3.1.60-89>