

DYNAMICS OF PRICE AND LOCATION COMPETITION AMONG STREET VENDORS IN BADUNG REGENCY

DINAMIKA PERSAINGAN HARGA DAN LOKASI PADA PEDAGANG KAKI LIMA DI KABUPATEN BADUNG

Ni Putu Eka Supartini¹, Christimulia Purnama Trimurti², Ni Luh Putu Mirah Puspantari³, Ni Made Widyawati⁴

Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Bisnis & Pariwisata, Universitas Dhyana Pura^{1,3,4}
Program Studi S2 Magister Manajemen, Fakultas Bisnis & Pariwisata, Universitas Dhyana Pura²

christimuliapurnama@undhirabali.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the dynamics of price and location competition among street vendors (PKL) in Badung Regency. A qualitative approach with a descriptive design was used, involving 15 purposively selected respondents. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation, then analyzed using the Miles and Huberman interactive model. The results indicate that street vendors' pricing strategies tend to be cost-based, where selling prices are adjusted to reflect changes in raw material prices and land rental costs. Furthermore, business location is a key factor in attracting customers, with a tendency to choose busy and easily accessible locations and maintain these locations due to their stable profitability. In facing competition, street vendors rely not only on price but also on improving their business through product quality, service, customer experience, and product uniqueness. Furthermore, relationships between vendors demonstrate harmony, characterized by mutual respect and non-interference in other vendors' business affairs. These findings indicate that the dynamics of street vendor competition in Badung Regency are influenced not only by economic factors but also by social aspects that support healthy and sustainable competition.

Keywords: Price Competition, Business Location, Street Vendors, Service Quality, Customer Loyalty.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dinamika persaingan harga dan lokasi pada pedagang kaki lima (PKL) di Kabupaten Badung. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan desain deskriptif, melibatkan 15 responden yang dipilih secara purposive. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan model interaktif Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi penetapan harga PKL cenderung berbasis biaya (*cost-based pricing*), di mana harga jual disesuaikan dengan perubahan harga bahan baku dan biaya sewa lahan. Selain itu, lokasi usaha menjadi faktor kunci dalam menarik konsumen, dengan kecenderungan memilih tempat yang ramai dan mudah dijangkau serta mempertahankan lokasi tersebut karena memberikan keuntungan yang stabil. Dalam menghadapi persaingan, PKL tidak hanya mengandalkan harga, tetapi juga meningkatkan mutu usaha melalui kualitas produk, pelayanan, pengalaman konsumen, dan keunikan produk. Di sisi lain, hubungan antar pedagang menunjukkan keharmonisan yang ditandai dengan interaksi saling menghormati dan tidak mencampuri urusan usaha pedagang lain. Temuan ini mengindikasikan bahwa dinamika persaingan PKL di Kabupaten Badung tidak hanya dipengaruhi oleh faktor ekonomi, tetapi juga oleh aspek sosial yang mendukung terciptanya persaingan yang sehat dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Persaingan Harga, Lokasi Usaha, Pedagang Kaki Lima, Kualitas Layanan, Loyalitas Pelanggan.

PENDAHULUAN

Sektor informal memiliki peran strategis dalam perekonomian negara berkembang, khususnya dalam menyerap tenaga kerja dan menyediakan akses ekonomi bagi masyarakat berpendapatan rendah. Pedagang kaki

lima (PKL) menjadi bagian penting dari sektor ini karena fleksibilitas dan kemudahan akses masuk ke dalam kegiatan usaha (Lira, et.al., 2025). Di Indonesia, keberadaan PKL semakin berkembang seiring dengan urbanisasi dan meningkatnya kebutuhan ekonomi

masyarakat. Kabupaten Badung sebagai salah satu pusat pariwisata di Bali mengalami dinamika pertumbuhan PKL yang cukup pesat (Chelsea, et.al., 2025). Aktivitas ekonomi PKL di Kabupaten Badung tidak hanya menjadi penopang ekonomi lokal, tetapi juga menjadi bagian dari daya tarik wisata kuliner (Sarmita & Treman, 2017). Namun, tingginya jumlah pelaku usaha menyebabkan persaingan yang semakin ketat, terutama dalam aspek harga dan lokasi.

Persaingan harga menjadi strategi utama yang digunakan oleh PKL untuk menarik konsumen. Penetapan harga yang kompetitif sering kali menjadi faktor penentu dalam keputusan pembelian konsumen (Ainun & Rinaldi, 2024). Persaingan harga yang terlalu ketat dapat menimbulkan praktik perang harga yang berpotensi menurunkan keuntungan pelaku usaha. Kondisi ini sering terjadi pada sektor informal yang memiliki hambatan masuk rendah. Diferensiasi produk dan kualitas layanan menjadi strategi alternatif untuk mengurangi tekanan persaingan harga (Adelia, 2024). Keterbatasan sumber daya sering kali membuat pelaku usaha lebih mengandalkan strategi harga dibandingkan inovasi produk (Lira, et.al., 2025). Hal ini menyebabkan homogenitas produk yang memperketat persaingan.

Lokasi usaha juga memainkan peran penting dalam menentukan keberhasilan PKL (Rafidah, 2019). Lokasi yang strategis dapat meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas bagi konsumen. Hal ini terlihat pada konsentrasi PKL di kawasan wisata dan pusat keramaian di Badung. Lokasi usaha PKL di Kabupaten Badung umumnya berada di area publik seperti trotoar, pinggir jalan, dan kawasan wisata. Pemilihan lokasi ini dipengaruhi oleh tingkat keramaian dan

potensi pasar. Namun demikian, keterbatasan ruang dan regulasi pemerintah daerah sering kali menimbulkan konflik terkait penataan lokasi PKL (Dedek, et.al., 2025). Penataan ini berdampak langsung pada dinamika persaingan antar pedagang. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa lokasi strategis memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan penjualan dan loyalitas pelanggan pada Pedagang Kaki Lima (Sastrawan, et.al., 2015; Abdillah & Rufial, 2022)

Dalam kondisi persaingan yang tinggi, PKL dituntut untuk mampu mengelola strategi harga dan lokasi secara efektif agar tetap bertahan dalam pasar. Dinamika persaingan ini juga dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti jumlah wisatawan, kondisi ekonomi, dan kebijakan pemerintah daerah. Kabupaten Badung sebagai destinasi wisata internasional memiliki karakteristik pasar yang unik, di mana permintaan sangat dipengaruhi oleh wisatawan domestik dan mancanegara. Oleh karena itu, PKL di wilayah ini harus mampu menyesuaikan strategi harga dan lokasi dengan karakteristik konsumen yang beragam. Penelitian terkait PKL sebelumnya lebih banyak berfokus pada aspek sosial dan ekonomi, sementara kajian mengenai dinamika persaingan harga dan lokasi masih relatif terbatas. Dengan demikian, penelitian ini menjadi penting untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai strategi bertahan PKL dalam menghadapi persaingan. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kebijakan pemerintah daerah serta strategi bisnis yang lebih efektif bagi pelaku usaha PKL di Kabupaten Badung.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif. Pendekatan ini dipilih untuk memahami secara mendalam fenomena dinamika persaingan harga dan lokasi yang terjadi pada pedagang kaki lima (PKL) di Kabupaten Badung. Penelitian kualitatif memungkinkan peneliti menggali pengalaman, persepsi, serta strategi yang digunakan oleh pelaku usaha dalam menghadapi persaingan. Penelitian dilaksanakan di Kabupaten Badung, Bali, yang merupakan salah satu pusat kegiatan ekonomi dan pariwisata. Lokasi penelitian difokuskan pada area yang memiliki konsentrasi tinggi PKL seperti kawasan wisata, pusat kuliner, dan pinggir jalan utama. Responden dalam penelitian ini berjumlah 15 orang pedagang kaki lima (PKL) yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Jumlah 15 responden dianggap memadai dalam penelitian kualitatif karena telah mencapai data saturation (kejenuhan data), di mana informasi yang diperoleh sudah berulang dan tidak ditemukan data baru yang signifikan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi: 1) Wawancara Mendalam (In-depth Interview), 2) Observasi Langsung, 3) Dokumentasi. Teknik analisis data dengan menggunakan model interaktif dari Miles & Huberman, yang meliputi: 1) Reduksi Data, 2) Penyajian Data (Data Display), 3) Penarikan Kesimpulan (Conclusion Drawing). Untuk memastikan validitas data, digunakan teknik: Triangulasi Sumber dengan membandingkan informasi dari berbagai responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Temuan penelitian menunjukkan bahwa pedagang kaki lima (PKL) di Kabupaten Badung menetapkan harga

jual berdasarkan perubahan biaya produksi, khususnya harga bahan baku dan biaya sewa lahan. Pola ini mencerminkan penerapan cost-based pricing, yaitu strategi penetapan harga yang berorientasi pada biaya, di mana pelaku usaha menyesuaikan harga jual untuk menjaga margin keuntungan tetap stabil. Dalam konteks sektor informal, pendekatan ini menjadi rasional karena keterbatasan modal dan tingginya sensitivitas terhadap perubahan biaya operasional. Ketika harga bahan baku meningkat, PKL tidak memiliki banyak alternatif selain menaikkan harga jual agar usaha tetap berkelanjutan. Kenaikan biaya sewa lahan juga menjadi faktor signifikan dalam menentukan harga jual. Lokasi yang strategis di Kabupaten Badung terutama di kawasan wisata memiliki konsekuensi biaya sewa yang lebih tinggi. Hal ini menyebabkan PKL harus melakukan penyesuaian harga untuk menutupi biaya tetap tersebut. Temuan ini sejalan dengan teori ekonomi mikro yang menyatakan bahwa harga jual dipengaruhi oleh struktur biaya produksi, termasuk biaya tetap dan variabel. Dengan demikian, keputusan harga yang diambil oleh PKL bukan semata-mata didasarkan pada persaingan pasar, tetapi juga pada tekanan biaya yang mereka hadapi. Kenaikan harga yang terlalu sering atau terlalu tinggi dapat mengurangi minat pelanggan, terutama pada segmen konsumen yang sensitif terhadap harga. Namun demikian, dalam konteks Kabupaten Badung yang memiliki pasar wisata, sebagian PKL mungkin masih dapat mempertahankan pelanggan karena adanya permintaan dari wisatawan yang relatif kurang sensitif terhadap perubahan harga dibandingkan konsumen lokal. Temuan ini juga mengindikasikan bahwa persaingan harga antar PKL cenderung bersifat adaptif terhadap kondisi eksternal, bukan semata-mata strategi

agresif untuk mengalahkan pesaing. Artinya, kenaikan harga yang dilakukan oleh satu pedagang umumnya diikuti oleh pedagang lain karena mereka menghadapi tekanan biaya yang sama. Kondisi ini menciptakan pola persaingan yang relatif stabil dan tidak menimbulkan konflik harga yang ekstrem, melainkan lebih pada penyesuaian kolektif terhadap perubahan biaya pasar.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa pedagang kaki lima (PKL) di Kabupaten Badung cenderung memilih lokasi berjualan di tempat yang ramai dilalui banyak orang serta mudah dijangkau oleh konsumen. Hal ini mencerminkan pentingnya aspek aksesibilitas dan visibilitas lokasi dalam menentukan keberhasilan usaha sektor informal. Lokasi yang berada di jalur dengan arus lalu lintas tinggi memberikan peluang lebih besar bagi PKL untuk menarik perhatian konsumen, baik yang memang berniat membeli maupun pembelian impulsif. Dengan demikian, pemilihan lokasi menjadi strategi utama dalam meningkatkan volume penjualan tanpa harus bergantung sepenuhnya pada promosi atau diferensiasi produk. Temuan ini sejalan dengan teori lokasi dalam ekonomi yang menekankan bahwa pelaku usaha akan memilih tempat yang mampu memaksimalkan potensi pasar. Lokasi yang strategis tidak hanya meningkatkan jumlah konsumen yang datang, tetapi juga mengurangi biaya pencarian bagi konsumen, sehingga meningkatkan kenyamanan dan peluang transaksi. Dalam konteks PKL di Kabupaten Badung, kawasan yang ramai seperti area wisata, pusat keramaian, dan pinggir jalan utama menjadi pilihan utama karena memiliki tingkat eksposur yang tinggi terhadap konsumen. PKL jarang berpindah lokasi menunjukkan adanya stabilitas spasial usaha yang

dipengaruhi oleh keberhasilan lokasi tersebut dalam menghasilkan pendapatan. Ketika suatu lokasi telah terbukti memberikan keuntungan yang konsisten, pedagang cenderung mempertahankannya untuk menjaga loyalitas pelanggan dan keberlangsungan usaha. Lokasi yang tetap juga memungkinkan terbentuknya hubungan jangka panjang dengan pelanggan tetap, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen. Keputusan untuk tidak berpindah lokasi juga dapat dipengaruhi oleh adanya keterbatasan akses terhadap lokasi alternatif yang sama strategis. Persaingan untuk mendapatkan tempat usaha yang ramai cukup tinggi, sehingga PKL yang telah memperoleh lokasi yang menguntungkan akan berusaha mempertahankannya. Kondisi ini menciptakan pola persaingan berbasis lokasi yang relatif stabil, di mana setiap pedagang memiliki wilayah pasar tersendiri.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa pedagang kaki lima (PKL) di Kabupaten Badung menghadapi persaingan tidak semata-mata melalui strategi harga, tetapi dengan meningkatkan mutu usaha secara keseluruhan. Hal ini mencerminkan adanya pergeseran strategi dari price competition menuju value-based competition, di mana pelaku usaha berupaya menciptakan nilai tambah bagi konsumen melalui kualitas produk, pelayanan, serta pengalaman membeli. Pendekatan ini menjadi penting dalam kondisi pasar yang semakin kompetitif, karena persaingan harga yang berlebihan justru berpotensi menekan keuntungan dan mengurangi keberlanjutan usaha. Kualitas yang baik akan menciptakan kepuasan konsumen, yang selanjutnya berkontribusi terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu, pengalaman

membeli yang menyenangkan seperti pelayanan yang ramah, kebersihan tempat usaha, dan kecepatan layanan juga menjadi faktor penting dalam membedakan satu pedagang dengan pedagang lainnya. Dengan demikian, nilai yang dirasakan konsumen tidak hanya berasal dari produk, tetapi juga dari interaksi dan pengalaman selama proses pembelian. PKL yang mampu menghadirkan ciri khas tertentu, baik dari segi rasa, tampilan, maupun konsep usaha, memiliki peluang lebih besar untuk menarik perhatian konsumen, terutama di kawasan seperti Kabupaten Badung yang memiliki pasar wisata yang dinamis. Strategi diferensiasi ini sejalan dengan konsep keunggulan bersaing, di mana pelaku usaha tidak hanya bersaing pada harga, tetapi juga pada aspek nilai dan keunikan yang sulit ditiru oleh pesaing. PKL mulai menyadari pentingnya membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan melalui kualitas dan pengalaman, bukan sekadar transaksi sesaat. Dengan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumen, PKL dapat menciptakan loyalitas yang pada akhirnya menjadi sumber keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Oleh karena itu, strategi peningkatan mutu usaha secara menyeluruh menjadi pendekatan yang lebih adaptif dan efektif dalam menghadapi dinamika persaingan di sektor informal.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa terdapat keharmonisan antar pedagang kaki lima (PKL) di Kabupaten Badung yang tercermin dalam interaksi yang saling menghormati dan tidak mencampuri urusan usaha pedagang lain. Kondisi ini mengindikasikan bahwa hubungan sosial antar pelaku usaha di sektor informal tidak selalu diwarnai oleh konflik, meskipun mereka berada dalam situasi persaingan yang sama. Keharmonisan tersebut mencerminkan

adanya norma sosial yang berkembang secara informal, di mana setiap pedagang memahami batasan dan peran masing-masing dalam menjalankan usahanya. Dalam perspektif sosial ekonomi, fenomena ini dapat dipahami sebagai bentuk *coexistence competition*, yaitu kondisi di mana pelaku usaha tetap bersaing namun dalam suasana yang kondusif dan tidak destruktif. Sikap saling menghormati dan menjaga jarak dalam urusan usaha menunjukkan adanya kesadaran kolektif untuk mempertahankan stabilitas lingkungan usaha. Hal ini penting, karena konflik antar pedagang dapat berdampak negatif terhadap kenyamanan konsumen dan keberlangsungan usaha secara keseluruhan. Tidak adanya intervensi atau campur tangan terhadap usaha pedagang lain menunjukkan adanya prinsip independensi usaha yang dijunjung tinggi oleh PKL. Setiap pedagang diberikan kebebasan untuk mengelola strategi usahanya masing-masing, baik dalam hal harga, produk, maupun pelayanan. Kondisi ini secara tidak langsung menciptakan ruang persaingan yang sehat, di mana keberhasilan usaha ditentukan oleh kemampuan individu dalam mengelola bisnisnya, bukan melalui praktik yang merugikan pesaing. Lingkungan usaha yang kondusif akan meningkatkan rasa aman bagi pedagang dalam menjalankan aktivitasnya, sekaligus memberikan kenyamanan bagi konsumen. Dengan demikian, interaksi sosial yang harmonis antar PKL tidak hanya berdampak pada hubungan antar pelaku usaha, tetapi juga berkontribusi terhadap daya tarik dan keberlangsungan kawasan usaha secara keseluruhan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai dinamika persaingan harga

dan lokasi pada pedagang kaki lima (PKL) di Kabupaten Badung, dapat disimpulkan bahwa strategi penetapan harga yang dilakukan oleh PKL cenderung bersifat berbasis biaya (*cost-based pricing*), di mana harga jual ditentukan oleh perubahan harga bahan baku dan biaya sewa lahan. Kenaikan pada kedua komponen biaya tersebut secara langsung mendorong penyesuaian harga jual guna menjaga keberlangsungan usaha. Selain itu, lokasi usaha menjadi faktor kunci dalam menentukan keberhasilan PKL. Pedagang cenderung memilih lokasi yang ramai dan mudah dijangkau konsumen, serta mempertahankan lokasi tersebut karena terbukti memberikan keuntungan yang stabil. Hal ini menunjukkan bahwa aspek aksesibilitas dan visibilitas memiliki peran strategis dalam meningkatkan daya saing usaha. Dalam menghadapi persaingan, PKL tidak hanya mengandalkan strategi harga, tetapi juga berupaya meningkatkan mutu usaha secara keseluruhan melalui kualitas produk, pelayanan, pengalaman konsumen, dan keunikan produk. Pendekatan ini mencerminkan adanya pergeseran menuju persaingan berbasis nilai (*value-based competition*) yang lebih berkelanjutan. Di sisi lain, hubungan antar pedagang menunjukkan kondisi yang harmonis, ditandai dengan interaksi yang saling menghormati dan tidak mencampuri urusan usaha pedagang lain. Keharmonisan ini menciptakan lingkungan usaha yang kondusif dan mendukung terciptanya persaingan yang sehat di sektor informal.

Saran

Adapun saran yang bisar diberikan sebagai berikut:

1. Bagi Pedagang Kaki Lima (PKL)
PKL disarankan untuk tidak hanya bergantung pada strategi harga, tetapi juga terus meningkatkan kualitas

produk, pelayanan, dan inovasi usaha agar mampu menciptakan nilai tambah dan mempertahankan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.

2. Bagi Pemerintah Daerah
Pemerintah Kabupaten Badung diharapkan dapat menyediakan kebijakan yang mendukung penataan lokasi usaha PKL secara lebih terstruktur, termasuk pengaturan biaya sewa yang wajar agar tidak memberatkan pedagang serta tetap menjaga daya tarik kawasan usaha.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya
Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji lebih dalam aspek lain seperti perilaku konsumen, digitalisasi usaha PKL, atau pengaruh pariwisata terhadap dinamika persaingan, sehingga dapat memberikan perspektif yang lebih komprehensif.
4. Bagi Pengembangan Ilmu Pengetahuan
Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam pengembangan kajian ekonomi informal, khususnya terkait strategi persaingan berbasis harga, lokasi, dan nilai dalam konteks usaha mikro.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, M. R., & Rufial, R. (2022). Pengaruh Lokasi Usaha, Daya Tarik Pesaing, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada UMKM Mie Ayam Bakso I Love You Di Kabupaten Tangerang. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 5(3), 225-235. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v5i3.2458>
- Adelia Maharani. (2024). Strategi Diferensiasi Produk dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing Perusahaan. Vol. 2 No. 02 (2024). *JMEB: Jurnal*

- Manajemen Ekonomi & Bisnis. <https://journal.sabajayapublisher.com/index.php/jmeb/article/view/450>
- Ainun, A., & Rinaldi, R. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pedagang Kaki Lima di Malioboro. *Journal Competency of Business*, 8(1), 81–96. <https://doi.org/10.47200/jcob.v8i01.2519>
- Dedek Hardiyanti, Mellyana Candra, Norsyakina Norsyakina, & Ririn Murtiani. (2025). Perlawanan Pedagang Kaki Lima dan Dampaknya Terhadap Kebijakan Ekonomi Lokal di Kota Tanjungpinang. *Desentralisasi: Jurnal Hukum, Kebijakan Publik, Dan Pemerintahan*, 2(2), 43–54. <https://doi.org/10.62383/desentralisasi.v2i2.616>
- Jashella Chelsea, I Putu Anom, Putri Kusuma Sanjiwani. (2025). Pengaruh Jumlah Usaha Penyediaan Akomodasi Dan Usaha Jasa Makanan Dan Minuman Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Badung. Vol. 3 No. 7 (2025). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. <https://jeconomics.my.id/index.php/home/article/view/466>
- Lira Adelina Hutagalung, Betaria Sihombing, Hani Claudia Saragi, Gloria Aroyo Purba, Obet Nabi, & Roida Lumbantobing. (2025). Deskripsi Dinamika Ekonomi Pedagang Kaki Lima: (Studi Kasus: Pedagang Kaki Lima Di Tarutung). *WISSEN: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 3(2), 64–77. <https://doi.org/10.62383/wissen.v3i2.699>
- Rafidah. (2019). Strategi dan Hambatan Pedagang Kaki Lima Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus PKL di Telanaipura Kota Jambi). *Indonesian Journal of Islamic Economics and Business*, 4(2), 55-69. <https://ejournal.lp2m.uinjambi.ac.id/ojs/index.php/ijoieb/article/view/635>
- Sarmita Made, Treman I Wayan. (2017). Studi Tentang Pedagang Kaki Lima (PKL) Di Kawasan Nusa Dua-Bali. Vol. 3 No. 1 (2017): *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial*. <https://doi.org/10.23887/jiis.v3i1.11470>
- Sastrawan I Wayan, Iyus Akhmad Haris, Kadek Rai Suwena. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Usaha Pedagang Kaki Lima di Pantai Penimbangan Kecamatan Buleleng, Kabupaten Buleleng. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 5(1). <https://doi.org/10.23887/jjpe.v5i1.5084>