

## **RESPON MASYARAKAT TERHADAP PASAR SENI DI KABUPATEN SIAK**

**Oleh: Ice Muliana Putri**

[Icemuliana.putri@student.unri.ac.id](mailto:Icemuliana.putri@student.unri.ac.id)

**Pembimbing : Dra. Ridayati, M,Si**

[ridayati@lecturer.unri.ac.id](mailto:ridayati@lecturer.unri.ac.id)

Jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Riau  
Kampus Bina Widya, Jalan H.R Soebrantas Km.12,5 Simpang Baru,  
Pekanbaru-Riau

### **Abstrak**

Penelitian ini dilaksanakan di Kelurahan Kampung Dalam. Tujuan dari penelitian ini adalah latar belakang status kios Pasar Seni Kabupaten Siak dan untuk mengetahui respon masyarakat terhadap perubahan Pasar Tradisional menjadi pasar seni di Kelurahan Kampung Dalam Kecamatan Siak Kabupaten Siak. Topik fokus penelitian ini adalah respon masyarakat terhadap perubahan pasar tradisional menjadi Pasar Seni di Kabupaten Siak. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 50 orang. Penulis menggunakan metode kuantitatif dan menggunakan teknik simple random sampling. Instrumen data adalah observasi, angket dan dokumentasi. Penelitian mengenai Respon Masyarakat Terhadap Pasar Seni di Kabupaten Siak dapat disimpulkan bahwa: Letak Pasar Seni, Penelitian yang dilakukan menemukan bahwa 68,0% Responden Mengatakan Letak Lokasi Pasar Seni Kurang Strategis. Karena lokasi pasar Seni yang kurang strategis itu hanya 40% pedagang yang berjualan setiap hari. 60% pedagang jarang membuka kiosnya. Kios yang dikelola, Penelitian menemukan bahwa 68,0% Responden Mengatakan Pasar Seni Kabupaten Siak tidak berkembang, karena itu 52% mengungkapkan bahwa pasar Seni menjadi Sepi pengunjung. Jenis Dagangan, Peneliti menemukan bahwa jenis dagangan yang paling banyak diperjual belikan adalah kerajinan tangan dengan persentase 80%, 12% adalah alat kesenian, dan 8% adalah jenis dagangan seni tradisional. Penelitian juga menemukan respon masyarakat terhadap Pasar Seni Kabupaten Siak sebagai berikut: Respon Positif, 92,0% Responden Mengatakan Produk yang dijual di Pasar Seni Kabupaten Siak dapat memperkenalkan budaya setempat kepada masyarakat luar. Respon Negative, 8 % Responden Mengatakan Pasar Seni Kabupaten Siak tidak dapat menyediakan kebutuhan pengunjung dengan baik karena jumlah kios yang aktif hanya sedikit.

**Kata Kunci: Respon Masyarakat, Pasar Seni**

## **PUBLIC RESPONSE TO THE ART MARKET IN SIAK REGENCY**

**By: Ice Muliana Putri**

*Icemuliana.putri@student.unri.ac.id*

**Supervisor : Dra. Risdayati, M.Si**

*risdayati@lecturer.unri.ac.id*

*Department of Sociology, Faculty of Social and Political Sciences  
Universitas Riau  
Kampus Bina Widya, Jalan H.R Soebrantas Km.12,5 Simpang Baru,  
Pekanbaru-Riau*

### **Abstract**

*This research was conducted at Kampung Dalam village. The purpose of this research is the background Kabupaten in Siak art market and to know the public response to the change of traditional market into the art market Kampung Dalam village in Siak District Siak Regency. The focus topic of this research is the public response to the traditional market change into the art market in Siak Regency. The samples in this study amounted to 50 people. The authors use quantitative methods and use simple random sampling techniques. Data instruments are observations, polls and documentation. The research on public response to the art market in Siak Regency can be concluded that: The location of the art market, the research conducted found that 68.0% of respondents say locations of the art market are less strategic. Due to the less strategic location of the art market it has only 40% of merchants selling every day. 60% of merchants rarely open the Kiosk. The kiosk was managed, research found that 68.0% of respondents said the art market of Siak County did not develop, therefore 52% revealed that the art market became deserted visitors. Type of trade, researchers found that the most traded types of trades are handicrafts with a percentage of 80%, 12% are art tools, and 8% are a type of traditional art trading. The study also found public response to Siak County Art market as follows: positive response, 92.0% of respondents said the products sold in the art market in Siak District can introduce local cultures to the outside community. Negative response, 8% of respondents said the art market of Siak Regency was unable to provide the visitors with the needs well because the number of stalls active only slightly.*

**Keywords: Community Response, Art Market**

## **A. Pendahuluan**

### **1. Latar belakang**

Pasar Seni Kabupaten Siak merupakan pasar yang menyediakan produk seperti jenis kerajinan daerah atau makanan khas daerah yang memiliki nilai budaya, produk khas daerah tersebut diharapkan dapat memenuhi kebutuhan berbelanja pengunjung atau masyarakat yang berkeinginan memiliki produk khas daerah. Dengan berdirinya Pasar Seni Kabupaten Siak ini mempermudah akses dalam memperoleh produk seni dengan langsung mendatangi gerai pasar seni yang ada di daerah tersebut.

Pasar Seni Kabupaten siak dibangun Pemerintah Kabupaten Siak melalui Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga pada tahun 2013 yang menelan anggaran Rp 1,2 Miliar dilanjutkan tahap kedua tahun 2014 menelan biaya sebesar Rp 2,7 miliar yang dilengkapi dengan 44 gerai yang berukuran 5X4 meter persegi yang dibangun di atas lahan 100x80 meter persegi siap untuk ditempati, dan telah tersambung PLN, di tambah dengan fasilitas toilet, area parkir, dan pos keamanan. Dipasar Seni Kabupaten Siak Jumlah Keseluruhan gerai yang ada berjumlah 44 kios, yang masih aktif berjumlah 22 kios, sudah ditempati pedagang tetapi tidak aktif berjualan berjumlah 17 kios, dan gerai yang tidak ditempati pedagang atau kosong berjumlah 5 kios.

Target pegunjung Pasar Seni Kabupaten Siak sebenarnya adalah para wisatawan yang datang ke Kota Siak. Pasar tersebut ditujukan sebagai maskot wisata Kota Siak yang menyediakan aneka ragam oleh-oleh khas Siak. Kegiatan jual beli di Pasar Seni Kabupaten Siak kurang aktif karena para wisatawan yang datang atau masyarakat luar yang datang berkunjung seolah tidak mengetahui

adanya Pasar Seni di Kabupaten Siak karena disebabkan kurangnya promosi yang dilakukan oleh dinas terkait sehingga masyarakat luar sedikit yang mengetahui bahwa di Kabupaten Siak terdapat sebuah Pasar Seni yang menyediakan produk khas daerah.

Posisi Pasar Seni sebenarnya mudah untuk dijangkau oleh masyarakat luar tempatnya yang dekat dengan objek wisata seperti Istana Siak seharusnya memudahkan wisatawan untuk berkunjung. Namun sayangnya hampir tidak ada wisatawan yang mengetahui mengenai aktivitas Pasar Seni Kabupaten Siak tersebut. Tidak hanya pengunjung, masyarakat setempat juga menunjukkan respon yang kurang berminat terhadap aktivitas Pasar Seni Kabupaten Siak. Menurut masyarakat produk yang di jual oleh pedagang cenderung lebih mahal dibandingkan yang dijual disekitar pemukiman masyarakat. Masyarakat setempat menunjukkan respon kurang tertarik terhadap aktifitas dagang Pasar Seni tersebut. Respon masyarakat setempat terhadap Pasar Seni ini terlihat kurang meminati karena partisipasi masyarakat setempat untuk berjualan di kawasan Pasar Seni hanya bertahan sementara, padahal untuk memulai usaha di Pasar Seni sama sekali tidak menyulitkan masyarakat setempat untuk yang ingin berdagang di Pasar Seni tersebut.

Produk-produk yang ada di Pasar Seni Kabupaten Siak banyak yang tidak laku terjual diakibatkan karna Pasar Seni hanya menjual produk khas daerah setempat seperti songket, tanjak, baju sablon, kripik dan lain-lain, dimana produk tersebut bisa di temui di luar kawasan Pasar Seni. Sedikitnya yang berjualan di Pasar Seni juga mengakibatkan terbatasnya produk yang ditawarkan menyebabkan kurangnya minat masyarakat untuk

berbelanja.

Tidak hanya minat wisatawan saja yang dinilai rendah terhadap kunjungan terhadap pasar seni. Namun minat kunjungan masyarakat sekitar juga rendah. Permasalahan ini telah dikonfirmasi langsung oleh Dinas Perdagangan dan Dinas Pariwisata. Rendahnya minat masyarakat setempat dalam mengunjungi Pasar Seni Kabupaten Siak disebabkan banyak faktor, salah satunya adalah karena jenis-jenis barang dagangan di Pasar Seni Kabupaten Siak.

Pedagang yang saat ini berjualan di Pasar Seni Siak juga kerap kali melakukan protes terhadap dinas terkait. Menurut pedagang yang aktif berjualan, rendahnya minat pengunjung juga disebabkan oleh kurangnya promosi yang dilakukan oleh dinas terkait seperti Dinas Pariwisata dan Dinas Perdagangan. Selain itu masyarakat secara tegas menyayangkan perubahan Pasar Tradisional menjadi Pasar Seni tersebut. Menurut masyarakat di sekitar Pasar Tradisional posisi pasar yang lama sudah sangat sesuai dengan kebutuhan dan daya jangkau masyarakat.

Penelitian ini akan mengkaji mengenai fungsional pasar Seni Siak. Fokus kajian ini akan melihat bagaimana respon masyarakat terhadap fungsional Pasar Seni Siak. Alasan peneliti mengkaji respon masyarakat adalah karena semenjak dibangun hingga sekarang kios-kios yang berstatus aktif di Pasar Seni sangat jarang dibuka. Kios tersebut sepenuhnya memiliki produk yang bisa diperjual belikan. Namun, oleh penjual jarang dibuka dan inilah yang menjadi alasan penulis untuk meneliti fenomena tersebut.

Sejauh ini ada beberapa fenomena yang dilihat oleh peneliti mengenai fungsional Pasar Seni, yaitu:

1. Kios yang dibuka tidak sesuai dengan jadwal buka yang ditetapkan dinas terkait. Dinas Pasar dan Industri menegaskan bahwa pasar Seni beroperasi setiap hari.
2. Produk yang dijual adalah produk yang mudah dibuat dan dihasilkan oleh masyarakat sekitar. Sehingga masyarakat tidak terlalu tertarik untuk datang membeli produk yang disediakan.
3. Letak pasar Seni tidak mudah ditemukan disekitar tempat wisata Istana Siak. Sehingga pengunjung wisatawan Istana Siak tidak mengetahui ada pasar Seni di sekitarnya.

Berdasarkan uraian fenomena diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan kajian lebih lanjut dengan mengangkat judul penelitian sebagai berikut: **“Respon Masyarakat Terhadap Pasar Seni di Kabupaten Siak”**

## **2 Rumusan Masalah**

Bertolak dari uraian fenomena diatas, berikut adalah batasan masalah yang akan diteliti:

1. Bagaimana latar belakang status kios Pasar Seni Kabupaten Siak?
2. Bagaimana respon masyarakat terhadap perubahan pasar tradisional menjadi Pasar Seni di Kabupaten Siak?

## **3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan batasan masalah yang diteliti, maka berikut adalah tujuan dilakukannya penelitian:

1. Untuk mengetahui latar belakang status kios Pasar Seni Kabupaten Siak.
2. Untuk mengetahui respon masyarakat terhadap perubahan Pasar Tradisional menjadi pasar seni di Kabupaten Siak.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan memberikan beberapa manfaat sebagaimana berikut:

1. Bagi penulis, penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan dan menambah ilmu pengetahuan sekaligus menerapkan ilmu bidang yang dimiliki.
2. Bagi pemerintah, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan terhadap instansi terkait Pasar Seni Kabupaten Siak.
3. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi kepada pembaca terkait dengan Profil Pasar Seni Kabupaten Siak.

## B. Tinjauan Pustaka

### 1 Perubahan Sosial

Selo Soemardjan mengatakan bahwa perubahan sosial adalah segala perubahan pada lembaga kemasyarakatan didalam suatu masyarakat yang mempengaruhi sistem sosial termasuk didalamnya nilai-nilai, sikap-sikap dan pola perilaku diantara kelompok dalam masyarakat (Soekanto, 1990:237). Menyusun Faktor-Faktor yang menentukan perubahan, Smelser menentukan tujuh langkah dalam urutan Perubahan:

- a. Ketidakpuasan yang berasal dari kegagalan untuk mencapai tingkat Produktivitas yang memuaskan dan dari kesadaran tentang potensi untuk mencapai tingkat Produktivitas yang lebih tinggi.
- b. Gangguan psikis dalam bentuk reaksi emosional menyimpang yang tepat dan aspirasi yang tidak realitis.

- c. Penyelesaian ketegangan secara tersembunyi dan memobilisasi sumber-sumber pendorong dalam upaya untuk menyadari implikasi sistem nilai yang ada.
- d. Mendorong dan Membangkitkan ide sebanyak-banyaknya tanpa menetapkan tanggung jawab bagi pelaksanaannya atau akibat-akibatnya.
- e. Berupaya menetapkan ide-ide khusus.
- f. Pelaksanaan Perubahan oleh wiraswastawan yang diberi ganjaran dengan keuntungan atau dihukum dengan kerugian keuangan sebagai tanggapan konsumen atau pembaharuan yang mereka lakukan.
- g. Retunisasi melalui penerimaan keuntungan sebagai bagian taraf hidup (*The Industrial Revolution* dalam Robert, 1993: 120-122).

Ahli lain berpendapat bahwa perubahan sosial terjadi karena adanya perubahan dalam unsur-unsur yang mempertahankan keseimbangan masyarakat, seperti misalnya perubahan dalam unsur-unsur geografis, biologis, ekonomis, atau kebudayaan. Kemudian, ada pula yang berpendapat bahwa perubahan-perubahan sosial bersifat periodik. Pendapat - pendapat tersebut umumnya menyatakan bahwa perubahan merupakan lingkungan kejadian-kejadian (Wahyudi, 2012 : 12). Perubahan sosial mencakup ada variasi hubungan antar individu, kelompok, organisasi, kultur dan masyarakat pada waktu tertentu (Ritzer, et,al, 1978: dalam Piotr 1993:5). Membayangkan bahwa objek tertentu selalu mengalami perubahan akan mengubah pemikiran selanjutnya. Masyarakat tidak dipandang lagi sebagai sebuah sistem yang kekuatan keras, melainkan dipandang sebagai antar hubungan yang lunak, hal ini dikarenakan adanya realitas sosial

yaitu hubungan antar individu (antar personal), segala yang ada di individu manusia, jaringan hubungan ikatan, ketergantungan dan pertukaran. Dengan kata lain realitas sosial adalah jaringan social khusus jaringan sosial yang mengikat orang menjadi suatu ikatan bersama.

Gillin dan Gillin mengatakan perubahan sosial untuk suatu variasi dari cara hidup yang lebih diterima yang disebabkan baik karena perubahan dari kondisi geografis, kebudayaan materil, komposisi penduduk, ideologi maupun karena adanya difusi ataupun perubahan - perubahan baru dalam masyarakat tersebut (Elly et al, 2006: 50). Dalam buku Soejono Soekanto menyebut bahwa perubahan sosial terjadi dalam dua bagian yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

1. Faktor internal
  - a. Bertambah atau berkurangnya penduduk.
  - b. Penemuan baru khususnya bidang teknologi
  - c. Kesadaran individu kebudayaan.
  - d. Kualitas ahli-ahli dalam suatu kebudayaan.
  - e. Perangsang bagi aktivitas-aktivitas penciptaan dalam masyarakat.
  - f. Konflik dalam masyarakat.
  - g. Terjadi pemberontakan atau revolusi.
2. Faktor Eksternal
  - a. Sebab yang berasal lingkungan alam fisik, misalnya gempa bumi, bencana alam.
  - b. Peperangan.
  - c. Pengaruh kebudayaan lain, yaitu melalui difusi, akulturasi dan asimilasi.

Adapun yang termasuk proses akulturasi adalah:

- a. Substitusi yaitu unsur kebudayaan

lama diganti dengan unsur kebudayaan baru yang lebih berdaya guna.

- b. Sinkretisme, yaitu unsur budaya lama bercampur dengan budaya baru sehingga membentuk sistem baru.
- c. Adisi, yaitu adanya unsur budaya lama ditambahkan kepada unsur lama yang ditambah kepada unsur lama yang masih berlaku.
- d. Dekulturasi, yaitu adanya unsur budaya lama yang hilang.
- e. Originasi, yaitu maksudnya unsur budaya yang sama sekali baru sehingga membawa perubahan yang sangat besar.

Suatu penyebab sering kali diartikan sebagai suatu fenomena yang diperlukan sering kali diartikan sebagai suatu fenomena yang diperlukan dan cukup mampu untuk menimbulkan akibat yang bisa diperkirakan. Hal ini mengandung pengertian bahwa tidak akan pernah menemukan akibat tanpa adanya sebab. Berdasarkan batasan tersebut, maka faktor-faktor yang menyebabkan proses terjadinya perubahan sosial adalah:

- a. Penemuan baru.
- b. Struktur sosial.
- c. Inovasi.
- d. Perubahan lingkungan hidup.
- e. Ukuran penduduk dan komposisi penduduk.
- f. Inovasi dalam teknologi.

Faktor-faktor pendorong perubahan sosial:

- a. Toleransi.
- b. Sistem terbuka lapisan Masyarakat.
- c. Heterogenitas (penduduk yang heterogen).
- d. Karakter Masyarakat.
- e. Pendidikan Ideologi (Jacobus, 2008:101-111).

## 2 Pembangunan

Pengertian pembangunan harus kita lihat secara dinamis, dan bukan dilihat

sebagai konsep statis. Pembangunan adalah suatu orientasi dan kegiatan usaha yang tanpa akhir. Proses pembangunan sebenarnya adalah merupakan suatu perubahan sosial ekonomi. Pembangunan agar dapat menjadi suatu proses yang dapat bergerak maju atau kekuatan sendiri tergantung kepada manusia dan struktur sosialnya. Jadi, bukan hanya yang dikonsepsikan sebagai usaha pemerintah belaka.

Proses pembangunan menghendaki adanya pertumbuhan ekonomi yang diikuti dengan perubahan (growth plus change) dalam perubahan struktur ekonomi, dari pertanian ke industri atau jasa, perubahan kelembagaan, baik lewat regulasi maupun reformasi kelembagaan. Pembangunan secara berencana lebih dirasakan sebagai suatu usaha yang lebih rasional dan teratur bagi pembangunan masyarakat yang belum atau baru berkembang (Subandi: 2011:9-11). Adapun pembangunan menurut beberapa ahli yaitu : pembangunan menurut Rogers (Rochajat, dkk. 2011:3) adalah perubahan yang berguna menuju suatu sistem sosial dan ekonomi yang diputuskan sebagai kehendak suatu bangsa. Selanjutnya menurut W.W Rostow (Abdul, 2004:89) pembangunan merupakan proses yang bergerak dalam sebuah garis lurus, yakni dari masyarakat terbelakang ke masyarakat negara yang maju. Pembangunan mula-mula dipakai dalam arti pertumbuhan ekonomi. Sebuah masyarakat dinilai berhasil melaksanakan pembangunan, bila pertumbuhan ekonomi masyarakat tersebut cukup tinggi. Dengan demikian, yang diukur adalah produktivitas masyarakat atau produktivitas negara setiap tahunnya. (Rochajat, dkk. 2011:3)

Dalam bidang sosial, usaha-usaha pembangunan pada umumnya diarahkan untuk mengembangkan nilai-nilai dan sikap-sikap dalam masyarakat yang lebih kondusif bagi pembaharuan, pembangunan, dan pembinaan bangsa. Dalam hal ini termasuk pengembangan motivasi kegairahan usaha yang bersifat produktif. Lebih penting adalah dapat dikembangkan suatu proses pendewasaan masyarakat melalui pembinaan dan dorongan serta adanya energi. Usaha dalam bidang ekonomi ditujukan untuk menambah peralatan modal dan keterampilan agar satu sama lain dapat saling mendukung usaha-usaha dalam peningkatan pendapatan perkapita serta produktivitas perkapita. Pemupukan modal sangat tergantung pada tabungan dalam negeri, terutama tabungan masyarakat, untuk itu berbagai upaya perlu diupayakan untuk mencapainya. (Subandi:2011:13)

Selanjutnya Todaro mengatakan bahwa keberhasilan pembangunan ekonomi ditunjukkan oleh 3 nilai pokok, yaitu:

- a. Berkembangnya kemampuan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan pokoknya (*basic needs*),
- b. Meningkatnya rasa harga diri (*self-esteem*) masyarakat sebagai manusia, dan
- c. Meningkatnya kemampuan masyarakat untuk memilih (*freedom from servitude*).

Pembangunan merupakan suatu kenyataan fisik sekaligus tekad suatu masyarakat untuk berupaya sekeras mungkin melalui serangkaian kombinasi proses sosial, ekonomi dan institusional, demi mencapai kehidupan yang serba lebih baik. Untuk mencapai “kehidupan yang serba lebih baik” semua masyarakat minimal harus memiliki tiga tujuan inti sebagai berikut (Todaro, 2000: 28) :

- a. Peningkatan ketersediaan serta perluasan distribusi berbagai macam barang kebutuhan hidup yang pokok, seperti pangan, sandang, papan, kesehatan dan perlindungan keamanan.
- b. Peningkatan standar hidup yang tidak hanya berupa peningkatan pendapatan tetapi juga meliputi penambahan penyediaan lapangan kerja, perbaikan kualitas pendidikan, serta peningkatan perhatian atas nilai-nilai kultural dan kemanusiaan, yang kesemua itu tidak hanya untuk memperbaiki kesejahteraan materiil, melainkan juga menumbuhkan jati diri pribadi dan bangsa yang bersangkutan. Perluasan pilihan-pilihan ekonomis dan sosial bagi setiap individu serta bangsa secara keseluruhan, yakni dengan membebaskan mereka dari belitan sikap menghamba dan ketergantungan, bukan hanya terhadap orang atau negara, bangsa lain, namun juga terhadap setiap kekuatan yang berpotensi merendahkan nilai-nilai kemanusiaan mereka.
- c. **3 Analisis Teori Respon**
- d. Soerjono Soekanto, menyebut kata *respons* dengan kata *response* yaitu perilaku yang merupakan konsekuensi dari perilaku sebelumnya. Ia mendefinisikan *respons* adalah interaksi dengan perorangan atau kelompok masyarakat, terlihat dari adanya aksi dan reaksi serta mengandung rangsangan dan *respons* (Soekanto, 2002:58). Respon pada hakikatnya merupakan tingkah laku balas atau juga sikap yang menjadi tingkah laku balik, yang juga merupakan proses pengorganisasian sedemikian rupa sehingga terjadi representasi fenomenal yang rangsangan-rangsangan proksimal tersebut (Adi, 1994:105).
- e. Pengertian respon dapat diterjemahkan dengan sikap atau respon terhadap objek tertentu, yang dapat merupakan sikap pandangan atau sikap perasaan, tetapi sikap tersebut disertai oleh kecenderungan untuk bertindak sesuai dengan sikap tersebut. Jadi, respon itu tepat diterjemahkan sebagai sikap dan kesediaan terhadap suatu hal. Respon itu senantiasa terarahkan terhadap suatu hal, suatu objek, tidak ada respon tanpa adanya objek (Gerungan, 2009:149).
- f. Di lihat dari pengertian respon menurut gerungan sama halnya yang terjadi di pasar seni kabupaten siak. Pasar seni ini dibangun bertujuan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan yang berkunjung ke Kota Siak. Sebelum pasar seni ini berdiri dahulunya tempat ini merupakan sebuah pasar tradisional yang menyediakan segala kebutuhan masyarakat setempat, setelah lokasi pasar tradisional berpindah tempat di bangunanlah sebuah pasar yang menyediakan produk seni khas daerah yaitu Pasar Seni Kabupaten Siak. Dengan berubah nya pasar tersebut mempengaruhi respon masyarakat setempat ataupun masyarakat luar yang berkunjung. Respon ini bisa dilihat dari kurang aktif nya kegiatan jual beli yang terjadi di pasar tersebut, Respon lainnya yaitu masyarakat setempat terlihat kurang meminati karena partisipasi masyarakat setempat



untuk berjualan di kawasan pasar seni hanya bertahan sementara, serta sedikitnya gerai-gerai yang berjualan dan berkurangnya masyarakat yang mendatangi pasar seni tersebut baik di hari-hari biasa maupun di hari libur.

- g. Fenomena ini dikaitkan dengan teori respon bahwa pasar Seni merupakan sebuah objek yang akan direspon oleh masyarakat melalui sikap pandangan atau tindakan yang terlihat yaitu menurut masyarakat produk yang di jual oleh pedagang cenderung lebih mahal dibandingkan yang dijual disekitar pemukiman masyarakat. Masyarakat setempat menunjukkan respon kurang tertarik terhadap aktifitas dagang pasar seni tersebut. Pendapat lain menyatakan bahwa respon merupakan proses kognitif yang dialami oleh setiap orang di dalam memahami informasi tentang lingkungan nya, baik lewat penglihatan, pendengaran, penghayatan, dan penciuman (Miftah Thoha, 2002 : 138 ).

### **C. Metode Penelitian**

#### **1. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Kampung Dalam (Sekitar Pasar Seni Siak), alasan penulis memilih lokasi ini adalah karena pada lokasi tersebut terdapat perubahan jenis pasar yaitu dari Pasar Tradisional ke Pasar Seni, perubahan jenis pasar tersebut menyebabkan terjadinya perubahan respon masyarakat terhadap aktifitas pasar seni.

#### **2. Responden Penelitian**

Sebenarnya pedagang Pasar Seni Kabupaten Siak yang terdata berjumlah 39 orang namun saat melakukan wawancara ternyata yang beroperasi

hanya 25 orang. Guna melakukan triangulasi data, maka peneliti juga akan melakukan wawancara dengan Dinas Perdagangan dan Dinas Pariwisata Kabupaten Siak. Triangulasi data yang akan dilakukan adalah dengan cara membandingkan informasi atau data dengan cara yang berbeda.

### **3. Jenis Data**

#### **a. Data Primer**

Data primer adalah data langsung yang menyangkut tentang pendapat dari responden tentang variabel penelitian yang bisa diperoleh dari jawaban hasil dari angket dan observasi.

#### **b. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti untuk melengkapi data primer yang didapatkan melalui : laporan-laporan, literatur-literatur dan lampiran-lampiran data-data lain yang dipublikasikan yang mana dapat mendukung dan menjelaskan masalah penelitian.

### **4. Teknik Pengumpulan Data**

#### **1. Observasi**

Observasi (pengamatan) merupakan suatu metode penelitian nonsurvei. Dengan metode ini peneliti mengamati secara langsung perilaku para subjek penelitiannya.

#### **2. Angket**

Pengisian kuesioner penelitian yaitu teknik pengumpulan data dengan cara membuat daftar pertanyaan yang bersifat semi tertutup, yakni didalamnya telah disediakan pertanyaan secara tertulis beserta sejumlah alternative jawaban mengenai latar belakang perubahan Pasar Tradisional menjadi Pasar Seni Siak.

#### **5. Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan adalah dengan pendekatan kuantitatif deskriptif. Seluruh data yang

telah dikumpulkan dilapangan akan di susun secara sistematis, dikelompokkan dalam tabel dan kemudian akan dideskripsikan untuk memberi penjelasan yang menyeluruh mengenai hal-hal yang menjadi pokok permasalahan penelitian. Analisa penelitian menggunakan teknik tabulasi data.

#### **D. Hasil Penelitian**

Pasar seni Kabupaten Siak dikelola oleh Dinas Perdagangan Pasar Seni tersebut dilengkapi dengan kios-kios yang berukuran 5x4 meter persegi yang berjumlah 44 kios, serta dilengkapi dengan berbagai macam fasilitas yang dapat menambah kenyamanan pedagang atau pengunjung di Pasar Seni Kabupaten Siak, fasilitas yang disediakan yaitu aula, area parker dan toilet yang jumlah serta kondisinya cukup memadai tetapi ada beberapa fasilitas seperti aula dan tempat wudhu terlihat tidak dibersihkan. Adapun sistem untuk penempatan kios di Pasar Seni Kabupaten Siak dilakukan dengan pengundian atau lotre hal ini dilakukan untuk menghindari kecurangan sehingga masing-masing pedagang mendapatkan penempatan kios secara adil dan tidak berebut dengan pedagang lainnya.

seabanyak 13 orang dari 25 responden yang ada dengan persentase 52,0% pedagang sudah menempati pasar seni selama 4 tahun bisa dikatakan dari awal Pasar Seni Kabupaten Siak diresmikan dan siap ditempati pedagang sudah banyak yang mulai berjualan di Pasar Seni Kabupaten Siak. Kemudian pilihan jawaban yang paling sedikit di isi responden pada pilihan jawaban kuisisioner yang diberikan bahwa lama pedagang yang menempati kios satu dan dua tahun berjumlah 2 orang, satu tahun berjumlah 1 orang dengan persentase 4,0% dan dua tahun berjumlah 1 orang dengan persentase 4,0%.

Penjelasan di atas dapat diketahui

dan di simpulkan bahwa minat masyarakat yang ingin berjualan di Pasar Seni Kabupaten Siak termasuk tinggi hal ini dapat dilihat bahwa pedagang sudah banyak menempati Pasar Seni saat Pasar Seni Kabupaten Siak sudah siap di fungsikan dan masih bertahan sampai sekarang hal ini di buktikan dengan sebanyak 13 orang dari 25 responden sudah berjualan di Pasar Seni Kabupaten Siak selama 4 tahun dengan persentase 52,0%, dan sebanyak 10 orang dari 25 responden sudah berjualan di Pasar Seni Kabupaten Siak selama 3 tahun dengan persentase 40,0%. Berikut adalah wawancara dengan bapak Hari Darmawan (Kabid Destinasi dan Industri Pariwisata):

*“Bahwa dari sisi pariwisata kami hanya bisa membantu menata Pasar Seni sebagai objek wisata yang ada di Kota Siak, untuk mengelola lebih jauh pihak pariwisata tidak memiliki kewenangan. Hal ini karena Pasar Seni di Kelola Oleh Dinas Perdagangan. Untuk keluhan yang dikatakan oleh pedagang Pasar Seni mengenai banyaknya pedagang liar yang jualan produk seni di tepi-tepi jalan area wisata, itu merupakan kewajiban dari pihak Satpol PP untuk menertibkan para pedagang atau memberikan teguran. Agar Pasar Seni Kabupaten Siak ramai dikunjungi oleh wisatawan pihak kami Dinas Pariwisata sudah pernah mengarahkan wisatawan yang datang ke Istana Siak tepat nya waktu itu hari ke- 3 Raya Idul Fitri 2017 agar dapat singgah ke Pasar Seni, tetapi yang ditemukan ditempat saat itu banyak para pedagang yang tidak berjualan. Hal ini tentu saja sangat disayangkan dan diharapkan adanya pembinaan untuk para pedagang Pasar Seni agar dapat berjualan dengan baik. **Wawancara dengan Bapak Hari Darmawan. Pada***

**Tanggal 4 Februari 2019. Pukul 11.00 Wib”.**

Jenis dagangan di Pasar Seni Kabupaten Siak setiap unit kios umumnya sama yaitu mengarah kepada produk seni atau souvenir hasil home industri yang berkhasan tentang Kota Siak antara lain barang kerajinan yang terbuat dari rotan, kain tenun, kotak tepak sirih, kaos siak, tembikar, serat, aksesoris yang terbuat dari barang bekas yang di olah kembali menjadi sebuah produk, untuk itu para pedagang yang ada di pasar seni menyediakan variatif produk seni agar terlihat lebih menarik. Produk yan menjadi ikon Pasar Seni yaitu jenis kain tenun, yang ditawarkan disini ada dua macam tenun asli dengan hasil tenun tradisional dan tenun menggunakan mesin, untuk tenun dengan proses pembuatan tradisional harga yang ditawarkan Rp 900.000 sampai dengan Rp.1500.000 dan untuk kain tenun dengan proses pembuatan dengan mesin dapat dimiliki dengan harga Rp.400.000, selanjutnya tanjak dengan kain tenun asli ditawarkan Rp.400.000. menurut pedagang yang menjual produk ini kain tenun dan tanjak mereka produksi sudah sampai di negeri sebrang yaitu Malaysia. Setiap kios memiliki variatif harga yang berbeda ada yang menjual tanjak dari Rp.50.000 mereka mengatakan harga jual tergantung bahan yang mereka gunakan. Selanjutnya di Pasar Seni Kabupaten Siak juga

menjual baju kaos siak dengan berbagai macam motif dan tulisan mulai dari anak anak hingga orang dewasa, untuk harganya yaitu kisaran Rp.50.000-Rp.150.000. Seperti kerajinan tanjak para pedagang memberikan kebebasan kepada pembeli memilih model yang mereka inginkan, para pedagang akan membuat sesuai permintaan pedagang apabila tidak ada model yang sesuai dengan waktu pembuatan satu hari.

Setelah melakukan wawancara dengan Bapak Hari Darmawan diketahui kewenangan berada di bawah Dinas Perdagangan. Setelah di cross dengan stetmen pejabat setempat, pedagang Pasar Seni Kabupaten Siak mengatakan banyak nya penjual souvenir di area wisata membuat pasar seni kalah saing dari segi jarak tempuh. Pedagang di Pasar Seni Kabupaten Siak mengharapkan para penjual produk seni atau souvenir di area wisata di tertibkan untuk bisa berjualan di Pasar Seni Kabupaten Siak karena menurut mereka pasar seni ini di peruntukan tempat para pedagang yang ingin berjualan produk seni. Para pedagang juga meminta agar instansi terkait lebih tegas terhadap pedagang yang tidak aktif, selain itu pedagang mengatakan agar adanya upaya pemerintah untuk memancing daya tarik masyarakat untuk datang ke Pasar Seni Kabupaten Siak seperti promosi atau pentas seni lainnya.

Sebagai salah satu tempat wisata di Kota Siak, Pasar Seni berperan sebagai sarana promosi budaya lokal kepada masyarakat luar, sehingga pengunjung tidak hanya melakukan kegiatan jual beli barang seni saja tetapi juga akan mendapatkan pengetahuan budaya melayu khususnya Kota Siak.

Dari penelitian yang dilakukan terdapat beberapa poin temuan yaitu sebagai berikut:

1. Operasional kios kurang aktif  
Selama melakukan penelitian, mulai dari rangkaian observasi hingga analisis temuan penelitian ditemukan bahwa banyak sekali kios yang tutup. Kios yang tutup disebabkan karena dua faktor. Pertama, karena masyarakat tidak tertarik untuk membuka usaha di Pasar Seni. Kedua, kios yang memiliki izin usaha tapi selalu tutup karena sepi pengunjung.

2. Respon masyarakat cenderung positif, namun terdapat beberapa responden yang menunjukkan respon negatif

Respon masyarakat terhadap aktivitas pasar Seni adalah positif. Hal ini ditandai dengan tanggapan responden yang menilai baik tersedianya beberapa kebutuhan masyarakat. Produk yang paling sering dibeli masyarakat adalah makanan tradisional. Dengan adanya pasar Seni masyarakat dimudahkan untuk mencari makanan tradisional yang dapat digunakan dalam beberapa kegiatan dan keadaan. Selain itu ada juga respon negatif responden yang disebabkan karena tidak memiliki minat untuk berkunjung ke pasar Seni.

3. Masyarakat tidak mengetahui fungsional pasar seni

Ketika melakukan penelitian, peneliti melakukan wawancara dan survei dengan menanyakan apakah masyarakat mengetahui adanya pasar Seni. Dari wawancara dan survei yang dilakukan peneliti ditemukan bahwa banyak sekali masyarakat dan wisatawan tidak mengetahui mengenai keberadaan pasar seni.

Dengan adanya Pasar Seni di sekitar Kampung Dalam, beberapa

masyarakat mendapatkan kesempatan untuk mencari penghasilan lain. Namun bagi kebanyakan masyarakat tidak mendapatkan manfaat signifikan dari operasional pasar Seni.

## E. Penutup

### 1. Kesimpulan

Bedasarkan hasil penelitian di lapangan sesuai dengan yang dijelaskan pada pembahasan sebelumnya maka penulis dapat menarik kesimpulan mengenai “Respon Masyarakat Terhadap Pasar Seni di Kabupaten Siak” sebagai berikut:

1. Penelitian mengenai Respon Masyarakat Terhadap Pasar Seni di Kabupaten Siak dapat disimpulkan bahwa:
  - a. Letak Pasar Seni  
Penelitian yang dilakukan menemukan bahwa 68,0% Responden Mengatakan Letak Lokasi Pasar Seni Kurang Strategis. Karena lokasi pasar Seni yang kurang strategis itu hanya 40% pedagang yang berjualan setiap hari. 60% pedagang jarang membuka kiosnya.
  - b. Kios yang dikelola  
Penelitian menemukan bahwa 68,0% Responden Mengatakan Pasar Seni Kabupaten Siak tidak berkembang, karena itu 52% mengungkapkan bahwa pasar Seni menjadi Sepi pengunjung.
  - c. Jenis Dagangan  
Peneliti menemukan bahwa jenis dagangan yang paling banyak diperjual belikan

adalah kerajinan tangan dengan persentase 80%, 12% adalah alat kesenian, dan 8% adalah jenis dagangan seni tradisional.

2. Penelitian juga menemukan respon masyarakat terhadap Pasar Seni Kabupaten Siak sebagai berikut:
  - a. Respon Positif  
92,0 % Responden  
Mengatakan Produk yang dijual di Pasar Seni Kabupaten Siak dapat memperkenalkan budaya setempat kepada masyarakat luar.
  - b. Respon Negative  
8,0 % Responden  
Mengatakan Pasar Seni Kabupaten Siak tidak dapat menyediakan kebutuhan pengunjung dengan baik karena jumlah kios yang aktif hanya sedikit .

## 2. Saran

Bedasarkan penelitian yang telah dilakukan, berikut adalah beberapa saran yang dapat diberikan oleh peneliti atas fenomena yang telah diamati dan diteliti:

1. Saran untuk pedagang dan pemerintah daerah agar dapat bersinergi untuk meningkatkan kembali minat wisatawan berkunjung ke Pasar Seni Kabupaten Siak.
2. Saran untuk pemerintah sebagai pengelola diharapkan ada solusi untuk mengembangkan dan memperhatikan Pasar Seni Kabupaten Siak agar dapat diketahui wisatawan yang datang ke Kota Siak.
3. Saran ketiga penulis tujuan kepada peneliti yang akan melakukan penelitian sejenis

agar dapat menjadi bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya.

## DAFTAR PUSTKA

- Adi, 1994. *Psikologi Pekerjaan Sosial, dan Ilmu Kesejahteraan Sosial : Dasar-Dasar Pemikiran*. Jakarta: Grafindo Persada
- Abdul, 2004. *Akutansi Keuangan Daerah*. Jakarta: Salemba Empat
- Ahmadi, 1999. *Psikologi Sosial*. Jakarta: Rineka Cipta
- Bernard, 2013. *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta: Prestasi Pustaka
- Damsar, dkk. 2011. *Pengantar Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Kencana
- Dewi. 2009. *Sosiologi dan Konsep Teori*. Jakarta: PT Refika Aditama
- Elly, et al. 2006. *Ilmu Sosial dan Budaya Dasar*. Jakarta: Kencana
- Fuad, dkk, 2000. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Gerungan, 2009. *Psikologi Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama
- Gilarso, T. 1998. *Ekonomi Indonesia Sebuah Pengantar*. Yogyakarta: Kanisius
- Ginanjari, dkk. 1980. *Pasar dan Permasalahannya*. Yogyakarta: Kanisius
- Horton, 1984. *Sosiologi Jilid 1*. Bandung: Pustaka Jaya
- Jacobus. 2008. *Sistem Sosial Budaya Indonesi: Suatu Pengantar*. Bogor: PT Ghalia Indonesia
- Koestoer, dkk. 2001. *Dimensi Keruangan Kota – Teori dan Kasus*. Jakarta: UI-Press
- Pass, dkk, 1994. *Kamus Lengkap Ekonomi*. Erlangga

- Piotr, 1993. *Sosiologi Perubahan Sosial*. Jakarta: Prenada Media Group
- Robert, 1993. *Perspektif Tentang Perubahan Sosial*. Jakarta: Rineka Cipta
- Rochajat, dkk. 2011. *Komunikasi Pembangunan dan Perubahan Sosial*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Sarwono, dkk. 1991. *Psikologi Umum*. Jakarta: Bulan Bintang
- Silviana. 2013. *Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja ( Studi Persepsional Karyawan Bank BJB Cabang Sukajadi Bandung)*
- Sobur, Alex. 2003. *Psikologi Umum*. Bandung: Pustaka Setia
- Singarimbun, 1995. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3S
- Susanto, 1998. *Pengantar Sosiologi dan Perubahan Sosial*. Jakarta: Bina Cipta
- \_\_\_\_\_, 1988. *Komunikasi Dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: Bina Cipta
- Subandi. 2011. *Ekonomi Pembangunan* (cetakan kesatu). Bandung: Alfabeta
- Soekanto, 2002. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- \_\_\_\_\_, 1990. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Stanton, dkk, 1996. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Ritzer, 2012. *Teori Sosiologi Dari Teori Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Mutakhir Teori Sosial Postmodern*. Bantul: Kreasi Wacana
- \_\_\_\_\_, 2010. *Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda*. Jakarta: PT Grafindo Persada
- \_\_\_\_\_, 2004. *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta: Prenada Media
- Todaro, 2004. *Pembangunan Ekonomi di Dunia Ketiga*. Jakarta: Erlangga
- Thoha, 2002. *Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya*, Jakarta: Rajawali Grafindo Persada
- Umar, 2005. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Usman. 2015. *Pembangunan dan Pemberdayaan Masyarakat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Wahyudi, 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Sulita
- Walgito, 2001. *Psikologi Sosial*. Yogyakarta: Andi Offset
- Yogi, 2003. *Analisis Perkembangan Ekspor dan Pengaruhnya Pada Perubahan Ekonomi Indonesia*, Universitas Winajaya Mukti, *Jurnal Ekonomi*
- Jurnal:**
- Andriyani, 2016. *Dampak Perpindahan Lokasi Pasar Sentral Terhadap Pendapatan Pedagang Dan Penerimaan Retribusi Pasar Di Kabupaten Buton Utara*. Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Universitas Halu Oleo Kendari. SKRIPSI
- Anggraeni Widyastuti. 2006. *Hambatan Ekspor Produk Kerajinan : Kasus Pengerajin di Pasar Seni Gabusan ,Bantul, Daerah Istimewa Jogjakarta*. *Jurnal Studi Ekonomi*, Vol. 2 No. 2
- Dewa Made Aris Artaman, dkk. 2015 *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Seni Sukawati Gianyar*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (UNUD), Bali, Indonesia. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*

Ella Alfianita, dkk. *Revitalisasi Pasar Tradisional Dalam Perspektif Good Governance (Studi di Pasar Tumpang Kabupaten Malang)*. Jurusan Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya, Malang. *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, Vol. 3

I Made Subrata, dkk. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Belanja Wisatawan Domestik ke Pasar Seni Tradisional di Kabupaten Gianyar*. *Jurnal Buletin*

Mulyani, 2007. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi EarningsResponse Coefficient pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta*. *Jurnal Akutansi dan Auditing Indonesia*, vol. 11, no. 1

**Internet:**

<https://id.wikipedia.org/wiki/Pasar> di Unduh Pada 11 Juli 2018 Pukul 20:55.

<http://www.segmennews.com/2015/03/03/pasar-cinderamata-siak-diresmikan/> di Unduh Pada 20 Juli 2018 Pukul 14:00.