

**DAMPAK RELOKASI PASAR TERHADAP KONDISI SOSIAL
EKONOMI PEDAGANG DI PASAR PADANG PANJANG KOTA
PADANG PANJANG SUMATERA BARAT**

By : Imardayeti
Imardayeti04@gmail.com
Supervisor : T. Romy Marnelly
t.romi@lecturer.unri.ac.id

Department of Sociology, Faculty of Social and political Sciences
Universitas Riau
Campus Bina Widya, Jalan H.R Soebrantas Km. 12,5 Simpang Baru, Kecamatan
Tampan, Pekanbaru 28293 Telp/Fax.0761-63277

ABSTRACT

This research was conducted in Padang Panjang precisely at the relocation site of Padang Panjang Market in Padang Panjang, West Sumatra. The purpose of this study is to determine the impact caused by the relocation. The topic of this research focus is on the social and economic impacts after the relocation of the Padang Panjang Pusat Market. The technique of determining the sample is simple random sampling by using the Slovin formula and setting a sample of 92 respondents. The author uses descriptive quantitative methods and data instruments in this study are observation, questionnaires and documentation. The study found that this market relocation had a positive impact on the social conditions of traders where traders found a more appropriate and comfortable place to trade but this relocation also had a negative impact in terms of declining trader income due to lack of buyer interest in this new market. This lack of interest in buying is due to the multilevel market, so buyers rarely visit the upper floors of the market building and also because there are traders who sell similar goods in areas outside the market so that traders on the 2nd and 3rd floors of the market experience empty buyers.

Keywords: Relocation, Impact, Social, Economy

PENDAHULUAN

Pasar dapat terbentuk karena adanya penjual dan pembeli, adanya barang atau jasa yang diperjualbelikan, dan terjadi kesepakatan antara penjual dan pembeli. Pada dasarnya pasar berdiri karena masyarakat ingin memperoleh berbagai barang kebutuhan hidup. Keberadaan pasar telah ada sejak puluhan abad yang lalu, diperkirakan sudah muncul sejak kerajaan Kutai Kertanegara pada abad ke-5 Masehi, dimulai dari barter (tukar-menukar) barang kebutuhan sehari-hari dengan para pelaut dari Cina. Dalam bukunya *Penjaja dan Raja* Clifford Geertz (1973:30-31) pasar sebagai kata serapan dari bahasa Parsi, yaitu “bazar” dalam bahasa arab berarti pranata ekonomi dan sekaligus cara hidup, suatu gaya umum dari kegiatan ekonomi yang mencapai segala aspek dari masyarakat, dan suatu dunia sosial budaya yang lengkap dalam sendirinya. Jadi, dalam pandangan Geertz merupakan gejala-gejala alami dan gejala kebudayaan, dimana keseluruhan dari kehidupan masyarakat pendukungnya dibentuk oleh pasar.

Sosiologi memandang pasar sebagai fenomena sosial yang kompleks dengan berbagai macam perangkatnya. Pasar dapat dipandang dari sudut yang beragam misalnya pasar merupakan suatu struktur yang padat dengan jaringan sosial atau yang penuh dengan konflik dan persaingan. Pasar merupakan salah satu lembaga yang paling penting dalam institusi ekonomi. Bahkan kebanyakan fenomena ekonomi berhubungan dengan pasar dan juga pasar merupakan salah satu penggerak utama dinamika kehidupan ekonomi.

Relokasi pasar adalah perpindahan lokasi dagang ke tempat yang lebih nyaman dan teratur yang telah ditentukan, sebelum lokasi dagang selesai dibangun para pedagang ditempatkan ke tempat yang telah disediakan yaitu pengungsian atau pos-pos

yang telah disediakan oleh Pemerintah Daerah tersebut. (Wildaniyati, 2016)

Pasar Padang Panjang merupakan sentra ekonomi bagi penduduk Kota Padang Panjang dan sekitarnya. Pasar ini terletak di pusat kota persimpangan jalan dari Padang, Bukittinggi, Batusangkar dan Solok. Pasar ini merupakan pasar yang dikelola oleh Dinas Pasar yang bertanggungjawab kepada pemerintahan kota dan digolongkan pasar tradisional. Pasar Padang Panjang dilihat dari segi bangunannya terdiri dari banyak los, kios yang dibuka oleh penjual maupun pihak pengelola pasar. Kebanyakan pedagang menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, kain, berbagai jenis kue, pakaian hingga barang elektronik termasuk juga pelayanan jasa dan lain-lain. Pasar ini ramai dihari pasar yaitu hari senin dan jumat. Pada hari pasar banyak pedagang yang datang dari luar daerah untuk menjual dagangannya. Begitu juga dengan pembeli banyak yang datang dari luar daerah ini.

Pemerintah Kota Padang Panjang pada tahun 2007/2008 telah merencanakan dan mengeluarkan kebijakan mengubah Pasar Padang Panjang yang merupakan pasar tradisional menjadi pasar modern. Pembangunan atau peremajaan pasar dibutuhkan karena beberapa hal: (1) karena kondisi bangunan pasar yang sudah tua dan padat, (2) karena tata letak kios pedagang tidak teratur mengakibatkan tidak meratanya pedagang dikunjungi pembeli, (3) karena bencana kebakaran yang melanda pasar berulang kali, (4) kurangnya factor keamanan dan kenyamanan pasar dan kondisi kebersihan pasar yang tidak terjaga serta terbatasnya lahan parkir. Pembangunan pasar juga diperlukan untuk meningkatkan taraf hidup pedagang dan daya tampungnya serta memajukan perekonomian wilayah. Pembangunan atau peremajaan pasar memberikan manfaat dan keuntungan bagi

masyarakat Kota Padang Panjang. Perkembangan pasar dapat menggali potensi yang ada di dalam pengelolaan keuangan sehingga meningkatkan pendapatan asli daerah dan sumber-sumber keuangan lainnya untuk menunjang pelaksanaan pembangunan sehingga daerah dapat berkembang secara mandiri.

Pembangunan pasar pusat telah selesai pengerjaannya yaitu pada tahun 2018 lalu dan sudah diresmikan pada awal februari 2018 . Setelah diresmikan belum ada pedagang yang pindah ke lokasi pasar yang baru dan masih berjualan di tempat yang lama. Pada bulan Desember 2018 Pemerintah Kota Padang Panjang mulai merelokasi pedagang ke tempat usaha yang baru dan membongkar kios-kios penampungan yang dibangun di sepanjang jalan menuju pasar pusat. Saat ini para pedagang sudah mulai ramai menempati pasar pusat itu, dalam relokasi pedagang ke tempat yang baru tentunya menimbulkan perbedaan baik itu dalam segi sosial maupun dalam segi ekonomi. Ditambah lagi dengan biaya sewa tempat yang mahal berdasarkan surat keputusan (SK) Wali Kota No. 138 Tahun 2018 yaitu untuk kios mulai dari Rp50.000,- per meter per bulan sampai Rp90.000,- per meter per bulan dan untuk los Rp25.000,- per meter per bulan sampai Rp40.000,- per meter per bulannya. Hal ini menyebabkan para pedagang tidak sanggup untuk menyewa kios maupun los yang harganya menurut mereka mahal dan tidak sesuai dengan pendapatan yang mereka peroleh.

Dari fenomena diatas maka penulis ingin mengkaji lebih dalam tentang proses relokasi pedagang pasar tersebut dalam penelitian yang berjudul “Dampak Relokasi Pasar Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Pedagang di Pasar Padang Panjang Kota Padang Panjang Sumatera Barat”. Berdasarkan latar belakang masalah diatas

maka dari itu pertanyaan penelitian ini adalah:

1. Bagaimana persepsi pedagang terhadap relokasi pasar di Pasar Pusat Padang Panjang?
2. Bagaimana dampak relokasi terhadap kondisi sosial ekonomi pedagang Pasar Pusat Padang Panjang ?

TINJAUAN PUSTAKA

Suwarno menyebutkan bahwa persepsi adalah suatu proses membuat penilaian atau membangun kesan mengenai berbagai macam hal yang terdapat di dalam lapangan penginderaan seseorang. Penginderaan ini mengakibatkan manusia mulai memberikan penilaian baik atau buruk, enak atau tidak enak, dan lain – lain. Kemudian penilaian itu dijadikan suatu kesan yang dapat menstimulasi kegiatan untuk mengadaptasikan diri. Jika penilaian seseorang terhadap sesuatu baik maka akan mengulangi kegiatan tersebut di kesempatan lain (Suwarno, 2009).

Menurut Jalaluddin persepsi adalah suatu proses pengenalan atau identifikasi sesuatu dengan menggunakan panca indera (Jalaluddin, 1996). Dalam Rosleny Marliany, persepsi adalah *Perception* yaitu cara pandang terhadap sesuatu atau mengutarakan pemahaman hasil olahan daya pikir artinya persepsi berkaitan dengan factor – factor eksternal yang di respon melalui panca indera, daya ingat dan daya jiwa. Definisi lain mengatakan bahwa persepsi dapat diartikan sebagai daya pikir dan daya pemahaman individu terhadap berbagai rangsangan yang datang dari luar (Marliany, 2010).

Berdasarkan kutipan diatas dapat dipahami bahwa persepsi merupakan suatu proses yang diawali dengan diterimanya stimulus oleh panca indera terhadap suatu objek kemudian dari stimulus tersebut akan menimbulkan suatu persepsi atau cara

pandang seseorang terhadap suatu objek. Dalam penelitian ini persepsi yang dimaksud ialah persepsi pedagang terhadap kondisi pasar setelah pedagang di relokasi ke tempat berdagang yang baru meliputi biaya sewa, kondisi bangunan, fasilitas pasar, pelayanan pasar, kenyamanan serta keamanan pedagang dalam berjualan.

Dampak sosial adalah konsekuensi sosial yang timbul akibat suatu kegiatan pembangunan, maupun penerapan suatu kebijakan dan program. Dampak sosial muncul ketika aktivitas proyek, program atau kebijakan ditetapkan pada suatu masyarakat. Dampak sosial mempunyai dua sifat yaitu bersifat positif dan bersifat negative, misalnya yang sering kita ketahui adalah manifestasi dan latency, manifestasi mempunyai sebuah kecenderungan harapan yang diinginkan dari suatu proses sosial yang terjadi, sedangkan latency sebagai bentuk yang tidak diharapkan tetapi secara alamiah selalu menyertai atau muncul.

Dampak sosial menurut Surto Haryono dibagi menjadi dua yaitu dampak primer dan dampak sekunder. Dampak primer adalah dampak yang memberikan efek yang dirasakan secara langsung sedangkan dampak sekunder adalah dampak yang tidak langsung dirasakan oleh suatu kegiatan. Dampak sosial yang dimaksud dalam penelitian ini adalah dampak terhadap hubungan sosial antar pedagang meliputi interaksi antar pedagang, persaingan yang terjadi antar pedagang, perubahan langganan setelah relokasi dan permasalahan yang terjadi di dalam berdagang.

Weber mengemukakan bahwa tindakan ekonomi dapat dipandang sebagai tindakan sosial selama tindakan tersebut memperhatikan tingkah laku orang lain. Sebab secara umum di kalangan pedagang pasar tradisional terdapat interaksi sosial, hubungan sosial dan jaringan yang dibangun untuk menopang usaha mereka (Haryanto, 2016).

Dari beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa dampak ekonomi dalam penelitian ini yaitu terkait dengan minat pembeli, rata – rata pendapatan pedagang, omset pedagang, tingkat harga barang, perubahan mutu barang dan perubahan jumlah barang setelah relokasi Pasar Padang Panjang.

METODOLOGI PENELITIAN

Adapun peneliti memilih lokasi penelitian di Pasar Padang panjang Kota Padang Panjang Sumatera Barat. Penelitian ini dilakukan kepada para pedagang yang berjualan di pasar tersebut selama 2 tahun atau lebih. Lokasi ini dipilih karena Pasar Padang Panjang merupakan pusat kegiatan ekonomi bagi masyarakat Kota Padang Panjang dan sekitarnya, kemudian pembangunan pasar pusat ini dapat menggali potensi yang ada di dalam pengelolaan keuangan sehingga meningkatkan pendapatan asli daerah dan sumber-sumber keuangan lainnya untuk menunjang pelaksanaan pembangunan sehingga daerah dapat berkembang secara mandiri.

Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan pedagang yang di pindahkan ke lokasi pasar yang baru yaitu sebanyak 1168 pedagang yang terdiri dari pedagang kios dan los., karena jumlah ini terlalu besar sehingga akan sulit melakukan penelitiannya, maka peneliti hanya mengambil sampel sebanyak 92 orang pedagang dengan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan sebanyak 10%.

Setelah data yang berasal dari lapangan terkumpul, langkah selanjutnya penulis akan menganalisa data tersebut dengan menggunakan metode deskriptif kuantitatif yaitu menggambarkan atau memaparkan fenomena – fenomena permasalahan yang diteliti dalam bentuk angka – angka,

selanjutnya diproses dengan menggunakan tabel – tabel presentase.

KARAKTERISTIK RESPONDEN

Dari 92 pedagang yang dijadikan sebagai responden dalam penelitian ini sebagian besar berumur 41 – 45 tahun yaitu sebanyak 25 orang responden atau 27,2%. Mayoritas beragama islam dan beretnis minang. Pendidikan terakhir responden paling banyak sampai tamat SMA yaitu sebanyak 55 atau 59,8% pedagang.

PERSEPSI PEDAGANG TERHADAP RELOKASI PASAR

- a. Persepsi pedagang terhadap harga sewa kios/los

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa 41 orang atau 44,6% responden menjawab harga sewa di Pasar Pusat termasuk dalam kategori mahal karena besarnya harga sewa yang mereka bayarkan tidak sebanding dengan pendapatan yang mereka dapatkan selama berjualan.

- b. Persepsi pedagang terhadap kondisi kios/los

Kondisi kios/los pedagang di Pasar Pusat mendapat tanggapan yang baik dari pedagang dan kondisi kios/los ini sesuai dengan jumlah barang dagang mereka, sebanyak 53 responden atau 57,6% menjawab kios/los ini sesuai untuk ditempati berdagang.

- c. Persepsi pedagang terhadap kenyamanan dan keamanan pasar

Kenyamanan menjadi factor penting bagi pedagang dalam melakukan transaksi jual beli. Kenyamanan edagang dalam berjualan juga akan mempengaruhi suasana hati edagang dalam melayani pembelinya. Dari 93 orang responden sebanyak 53 atau 57,6% responden merasa nyaman saat berjualan di pasar pusat ini. Kenyamanan juga di pengaruhi oleh factor keamanan pasar, pasar yang aman dari pencuri, perampokan dan tindak criminal lain sehingga pedagang tidak khawatir jika

mereka meninggalkan barang dagang mereka pada malam hari.

- d. Persepsi pedagang terhadap fasilitas pasar

Fasilitas yang baik akan menunjang kenyamanan pengunjung pasar. Di pasar inifasilitas yang diberikan sudah bagus sesuai dengan kebutuhan pedagang maupun pembeli terbukti dengan 73 orang atau 79,3% menjawab fasilitas di pasar ini sudah sangat bagus.

- e. Persepsi pedagang terhadap pelayanan pengelola pasar

Pedagang sangat puas dengan pelayanan pengelola pasar karena setiap keluhan yang dirasakan oleh pedagang pihak pengelola langsung memberika b respon yang baik dan berusaha semaksimal mungkin agar bisa meminimlaisir kendala yang dihadapi oleh pedagan selama berjualan di pasar pusat ini terbukti dengan 67 orang atau 72,8% responden menjawab puas dengan pelayanan pengelola pasar pusat ini.

DAMPAK RELOKASI TERHADAP KONDISI SOSIAL PEDAGANG

- a. Persaingan antar pedagang

Secara umum tidak ada persaingan /konflik yang terjadi diantara pedagang, konflik yang terjadi hanya konflik kecil misalnya perebutan calon pembeli oleh pedagang yang menyebabkan erjadinya adu mulut antar pedagang kemudian terjadinya kesalahpahaman antar pedagang persaingan yang terjadi sifatnya hanya sementara dan cepat teratasi sehingga hubungan pedagang pun akan kembali seperti biasa.

- b. Perubahan langganan

Perubahan langganan terjadi pada pedagang yang kios/losnya berada jauh dari jangkauan pembeli atau pedagang yang mendapatkan tempat di sudut – sudut bangunan yang jarang dilewati oleh pembeli.

- c. Interaksi antar pedagang

Interaksi yang terjadi antar pedagang di pasar pusat padang panjang ini mengalami

perubahan sebelum dan sesudah adanya relokasi. persentase terbesar yaitu interaksi pedagang yang dilakukan dengan mengobrol santai, sebelum relokasi 43(46,7%) pedagang berinteraksi dengan mengobrol santai namun setelah relokasi sebanyak 55 (59,8) responden berinteraksi dengan mengobrol santai artinya setelah relokasi pedagang lebih mempunyai banyak waktu untuk mengobrol santai karena kondisi kios/los mereka yang sepi pembeli. Interaksi lain dilakukan dalam hal tukar menukar uang, meminjam serta menitip tempat jualan ke pedagang lain.

d. Permasalahan dalam berdagang

Terjadinya perubahan kondisi pedagang dari segi permasalahan yang dihadapi sebelum dan sesudah adanya relokasi. sebelum relokasi pasar pedagang mengalami banyak permasalahan seperti pasar yang tidak bersih, sempit nya lokasi pasar, posisi kios/los yang tidak tersusun rapi dan masalah lainnya. Setelah relokasi pasar sebanyak 39% responden mengalami permasalahan dalam berdagang.

DAMPAK RELOKASI TERHADAP KONDISI EKONOMI PEDAGANG

Dampak ekonomi dari relokasi pasar yang peneliti temukan yaitu :

- a. Minat pembeli menurun setelah adanya relokasi pasar hal ini disebabkan oleh pasar yang bertingkat sehingga pembeli jarang mengunjungi kios/los yang berada di tingkat atas dan pedagang yang mendapatkan tempat di sudut bangunan sehingga jarang di lewat oleh pembeli.
- b. Modal awal
Tidak terjadi perubahan pada modal awal pedagang. Pedagang masih menggunakan modal yang sama ketika berjualan di pasar yang lama karena pedagang takut jika mereka menambah modal namun

minat pembeli sedikit atau berkurang mereka akan mendapatkan kerugian.

- c. Hasil analisis rata – rata omset pedagang di pasar pusat menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan sebelum dan sesudah relokasi mengalami penurunan. Rata – rata setelah relokasi persentase terbesar yaitu pedagang mendapatkan omset 5jt < perbulannya.
- d. Hasil analisis rata – rata pendapatan pedagang sebelum dan sesudah relokasi mengalami penurunan yaitu sebanyak 89 responden berpenghasilan 5 jt <. Rata – rata pendapatan pedagang di pasar lama sebesar Rp 3.100.000/bulan sedangkan setelah relokasi rata – rata pendapatan pedagang sebesar Rp 2.000.000/ bulannya.
- e. Terjadinya penurunan tingkat harga barang setelah relokasi pasar.
- f. Perubahan jumlah barang
Tidak terjadi perubahan dalam jumlah barang yang dijual oleh pedagang saat berada di pasar pusat. Rata – rata pedagang berjualan dengan barang yang sama dasaat sebelum relokasi pasar.

KESIMPULAN

Penelitian yang dilakukan pada pedagang Pasar Pusat Padang Panjang mengenai dampak relokasi pasar terhadap kondisi sosial ekonomi pedagang telah selesai dilakukan dengan menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Persepsi pedagang terhadap kondisi pasar yang sekarang pada umumnya mendapatkan tanggapan yang baik karena di tempat berjualan yang baru ini pedagang mendapatkan kios/los yang nyaman dan sesuai dengan kebutuhan berdagang oleh pedagang dan pasar ini di bangun dengan fasilitas yang memadai.

2. Kondisi sosial pedagang setelah relokasi pasar terjalin dengan baik walaupun pedagang dipindahkan ke area berjualan yang baru tetapi pedagang sudah bisa menyesuaikan diri dengan tempat berjualan yang baru ini. Dan interaksi serta hubungan sosial terjalin dengan baik antar pedagang.
3. Kondisi ekonomi pedagang setelah relokasi pasar ke pasar pusat ini mengalami penurunan. Hal ini dapat dilihat dari rata – rata pendapatan pedagang sebelum dan sesudah relokasi pasar yang menunjukkan bahwa penurunan pendapatan pedagang berkisar antara 1 – 2 juta rupiah per bulannya.

SARAN

Dari kesimpulan di atas maka penulis dapat memberikan saran yang relevan dan kiranya dapat membantu dalam penelitian ini, yaitu :

1. Bagi pihak pengelola pasar agar lebih memperhatikan kondisi ekonomi pedagang dan diharapkan setiap lantai bangunan pasar di buka tempat – tempat yang bisa menarik calon pembeli pasar untuk berkunjung ke setiap lantai sehingga dengan ini bisa meningkatkan minat pembeli di pasar pusat ini.
2. Bagi pihak pengelola pasar agar memperhatikan akses jalan menuju lantai 2 dan lantai 3 seperti membangun escalator yang memberikan kemudahan bagi pembeli untuk ke lantai 2 dan 3 tersebut.
3. Bagi pedagang agar bisa menyesuaikan diri dengan lingkungan baru dan bisa mendapatkan kenyamanan dan kemudahan dalam menajajakan dagangannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Geertz, C. (1977). *Penjaja dan Raja Prubahan Sosial dan Modernisasi Ekonomi di Dua Kota Indonesia*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Haryanto, S. (2016). *Sosiologi Ekonomi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Hasan, M. (2002). *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Indrayani, D. d. (2009). *Pengantar Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Media Group.
- Jalaluddin, R. (1996). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Rosdakarya.
- Kasiram, M. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif-Kuantitatif*. Yogyakarta: UIN Maliki Press.
- Marliany, R. (2010). *Psikologi Umum*. Bandung: Pustaka Setia.
- Ritzer, G. (2004). *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta: Kencana.
- Sarwono. (1998). *Psikologi Umum*. Jakarta: Rajawali.
- Setiadi, E. M. (2006). *Ilmu Sosial dan Budaya Dasar*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Soekanto, S. (2017). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Subandi, A. (1982). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Suwarno, W. (2009). *Psikologi Perpustakaan*. Jakarta: Sagung Seto.
- Wildaniyati, A. d. (2016). *Implementasi Relokasi Pedagang Kaki Lima Terhadap Usaha Pedagang Pasar Malang Night Market*. *Jurnal Ilmu Ekonomi*. Manajemen dan Akuntansi. Vol.5,No.1.
- Zunaidi. (2013). *Kehidupan Sosial Ekonomi Pedagang di Pasar Tradisional Pasca Relokasi dan Pembangunan Pasar Modern*. *Jurnal Sosiologi Islam* Vol. 3 no. 1 , 51-64.