

REVITALISASI PASAR TRADISIONAL (STUDI TENTANG PERSEPSI PEDAGANG DI PASAR RUMBAI KOTA PEKANBARU)

By Swendy Sandina Nim.0901113593 swendysandina20@yahoo.com

Counsellor: Dra. Indrawati, M.Si.

Sociology Major The Faculty of Social and Political Sciences

Universiti of Riau, Pekanbaru

University of Riau, Pekanbaru campus Binawidya At HR.Soebrantas Street Km 12,5 Simpang Baru Panam, Pekanbaru Telp/fax 0761-63272

Abstract

Revitalization Rumbai Market aims to make people comfortable to stalls in a comfortable and traders sell and earn huge profits. But the reality does not make merchants happy, because the price is expensive stalls which according to traders does not help increase their income. perceptions of traders to revitalize Rumbai Market less well, especially traders who already occupy a stall with a strategic position. after the market was completed and occupied, hoping for a big profit, but actually lose money so that the perception of traders towards the construction of kiosks remain unfavorable. so that eventually some traders left the stall, above phenomena can be formulated several research problem is: How do the characteristics of traders who occupy the stall and How the perception of traders to development Rumbai Market stalls. Traders stalls characteristics include: Traders largely have stalls in the Market Rumbai aged 30 years and above, are the largest ethnic group Minangkabau ethnic group, traders are earning more than Rp 3,000,000.00 per month is only 10 percent or 2 respondents, while most revenue is Rp 1.500.000,00 - Rp 3,000,000.00 by the number of family members as much as 3 to 4 people. Perception on Development considers that the Dealer Store Market development Tassel, initially will bring an improvement in its trading business, but in fact after the construction of stalls in the Market Rumbai finished, what to expect there to be true and there were not materialize. Perception traders to accessibility in Rumbai market, all respondents (100.0%) say positive, as traders are confident that access to the market Tassel, or otherwise very smooth and no problems. Access to markets can be reached from the District Rumbai Pesisir Pekanbaru City. Most of the respondents (85%) say that the condition of Market Kiosks Rumbai in good condition, results showed that respondents said consumers shopping at his stall lonely in the sense that there are shopping, but few, even sometimes no shopping, visits consumers who shop in stalls respondents only 60 percent of respondents as many as 8 respondents (40%) berpersepsi less well to visit consumers to shop to stall the respondent or it can be said the transaction deserted.

Keywords: Revitalization, Perception, Markets.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pasar merupakan salah satu lembaga yang paling penting dalam institusi ekonomi. Bahkan kebanyakan fenomena ekonomi berhubungan dengan pasar. Juga pasar merupakan salah satu penggerak utama dinamika kehidupan ekonomi. Berfungsinya pasar sebagai institusi ekonomi tidak terlepas dari tempat berdagang dan aktivitas yang dilakukan oleh pembeli serta pedagang (Damsar, 2002 : 83)

Pengendalian pasar oleh pemerintah telah dilakukan sejak dahulu, melalui berbagai kebijakannya yang sangat besar pengaruhnya terhadap modernisasi ekonomi yaitu tindakan untuk menciptakan pasar yang belum ada atau mengatur pasar yang sudah ada. Pemerintah menetapkan tempat pasar yang langsung diawasi oleh jajaran Dinas Pasar atau petugas yang ada di Kantor Unit Pasar (Belshaw, 1981 : 97).

Penulis dalam penelitian ini, ingin melihat mengenai persepsi pedagang terhadap revitalisasi pasar tradisional di Pasar Rumbai, Kecamatan Rumbai Pesisir Kota Pekanbaru.

Pasar Rumbai ini terletak di Jalan Sekolah (sekarang Jalan Khayangan), yang mana hampir semua masyarakat Rumbai berbelanja di pasar tersebut, Pasar Rumbai adalah pasar tradisional, karena semua transaksi jual-beli masih dengan tawar-menawar. Berbagai macam barang dan jasa ada di pasar tersebut. Dengan pertukaran waktu Pasar Rumbai di revitalisasi oleh pemerintah supaya para pedagang tidak sembarangan berjualan, ada pula pedagang yang berjualan di pinggir jalan yang berdampak pada masyarakat

yang berjalan disekitaran pasar dan membuat para pengendara terganggu yang berakibat macet.

Revitalisasi Pasar Rumbai ini tujuannya untuk membuat masyarakat nyaman untuk berbelanja dan pedagang nyaman dalam berjualan serta memperoleh keuntungan yang besar. Pasar Rumbai sekarang terlihat tertib dan bersih dari sebelum dibangun, dimana sebelum dibangun, masyarakat yang berbelanja membawa kendaraan pribadi sulit untuk memarkirkan kendaraannya, di tambah lagi dengan adanya angkutan umum yang semrawut membuat kacau. Dengan revitalisasi di Pasar Rumbai tersebut sebagai sarana pendukung yang membuat masyarakat tidak perlu khawatir dengan minimnya area parkir disekitar pasar, sekarang tempat parkir yang berada di area Pasar Rumbai sudah sangat luas untuk masyarakat yang membawa kendaraan pribadi dan tidak terganggu dengan angkutan umum yang berada disekitar pasar tersebut.

Revitalisasi Pasar Rumbai tersebut tidak membuat para penjual senang, harga kios yang mahal membuat para penjual mengeluh yang menurut mereka tidak membantu pendapatan mereka. Mahalnya harga kios yang ditetapkan pemerintah, membuat para pedagang kesulitan mencari tempat untuk berdagang yang terjangkau. Jumlah kios yang berada di Pasar Rumbai tersebut sebanyak 210 kios yang terdiri dari kios penjual emas, perak, Gorden, Kain, pakaian, pakaian dalam, alat perlengkapan menjahit, sepatu, sandal, Makanan chiki-chiki, bumbu-bumbu dapur. Sedangkan jumlah kios yang ditempati oleh para penjual sebanyak 118 kios, kebanyakan berjualan pakaian dan sepatu dan sandal. Banyak kios yang tidak ditempati sebanyak 47 kios dan yang tidak ditempati karena dieksekusi sebanyak 45 kios. Untuk mengetahui

lebih jelasnya dapat dilihat tabel berikut ini.

Tabel 1. Jumlah Kios Buka dan Tutup di Pasar Rumbai

No.	Lokasi Kios	Tempat Strategis (%)			Jumlah
		1	2	3	
1.	Lantai 1				
	Buka	59 (28,1)	27 (12,8)	5 (2,4)	91 (43,3)
	Tutup	4 (1,9)	8 (3,8)	5 (2,4)	17 (8,1)
	Eksekusi	0 (0,0)	1 (0,5)	0 (0,0)	1 (0,5)
2.	Lantai 2				
	Buka	16 (7,6)	2 (1,0)	9 (4,3)	27 (12,9)
	Tutup	7 (3,3)	9 (4,3)	14 (6,7)	30 (14,3)
	Eksekusi	1 (0,5)	9 (4,3)	34 (16,1)	44 (20,9)
	Jumlah	87 (41,4)	56 (26,7)	67 (31,9)	210 (100)

Sumber: Kantor Pasar Rumbai 2015

Kios di Pasar Rumbai Banyak yang tidak terisi, membuat Pasar Rumbai menjadi sepi pembeli. Sedangkan harga kios yang sudah ditetapkan sebesar Rp 103.600 per bulan atau Rp 1.243.200,00., per tahun. Para penjual tidak sanggup untuk menyewa kios yang harganya menurut mereka mahal dan tidak sesuai dengan pendapatan yang mereka peroleh.

Persepsi pedagang terhadap revitalisasi Pasar Rumbai kurang baik, seperti pedagang lain yang pasarnya akan direvitalisasi, pedagang meluapkan emosi dengan nada tidak setuju, terutama pedagang yang sudah menempati kios dengan posisi yang strategis. Karena dapat diprediksi nantinya setelah pembangunan pasar siap, kemudian diadakan undian kios, kemungkinan besar akan mendapat kios ditempat lain yang kurang strategis.

Pedagang pada awal pembangunan pasar, menaruh harapan bahwa usahanya akan berkembang dan akan mendapatkan keuntungan yang

besar serta berpersepsi baik terhadap revitalisasi pasar, namun setelah pasar selesai dibangun dan ditempati, persepsi pedagang terhadap pembangunan kios tempat berjualan mulai berubah, sehingga akhirnya sebagian pedagang meninggalkan kiosnya, ada yang dijual ke orang lain yang memerlukannya serta ada yang di eksekusi oleh Dinas Pasar karena sudah berbulan-bulan tidak membayar uang angsuran sewa kios.

Revitalisasi Pasar Tradisional

Pro dan kontra revitalisasi pasar tradisional bahwa revitalisasi pasar secara mendasar bertujuan untuk memperbaiki baik fisik pasar tradisional maupun persepsi masyarakat terhadap pasar tradisional, Hasil revitalisasi pasar tradisional secara teori akan menghasilkan peningkatan kapasitas tampungan pedagang, peningkatan kualitas infrastruktur (lebar jalan, kebersihan, kelistrikan, sanitasi,dll), meningkatkan kualitas prasarana (tempat ibadah, toilet umum,dll). Seorang pedagang mengatakan bahwa "saya sangat menolak dengan adanya revitalisasi pasar karena mengubah wajah pasar tradisional. Dan setelah revitalisasi pasar, omset per hari menurun tidak sebanding dengan pengeluaran yang dikeluarkan oleh pedagang" Peran langsung Pemerintah Daerah sangat ditunggu oleh para pedagang pasar tradisional. Untuk mencari solusi terbaik setelah pasar tradisional di revitalisasi dan ekstitensi pasar tradisional tetap terjaga dimata konsumen di pasar tradisional (Hamdani, 2012 : 53)

Proses revitalisasi sebuah kawasan mencakup perbaikan aspek fisik, aspek ekonomi dan aspek sosial. Pendekatan revitalisasi harus mampu mengenali dan memanfaatkan potensi lingkungan (sejarah, makna, keunikan lokasi dan citra tempat) (Danisworo, 2002: 21). Untuk melaksanakan revitalisasi perlu adanya keterlibatan masyarakat. Keterlibatan yang dimaksud

bukan sekedar ikut serta untuk mendukung aspek formalitas yang memerlukan adanya partisipasi masyarakat, selain itu masyarakat yang terlibat tidak hanya masyarakat di lingkungan tersebut saja, tapi masyarakat dalam arti luas (Laretna, 2002 : 37).

Perbelanjaan modern menyebabkan pasar tradisional mengalami kehancuran. dan pasar tradisional hanya dapat bertahan untuk menyediakan barang-barang yang tidak ada di pusat perbelanjaan. Pusat perbelanjaan modern menyebabkan pasar tradisional kearah kehancuran (Andreas&Marinus,2006:66).

Persepsi Pedagang

Persepsi secara etimologi diartikan sebagai pandangan terhadap suatu objek tertentu (Purwadarminta,1984:24). Persepsi juga bisa diartikan sebagai proses, pemahaman terhadap sesuatu informasi yang disampaikan oleh orang lain yang sedang saling berkomunikasi, berhubungan atau kerja sama. Selanjutnya pendapat dari terjadinya persepsi oleh (Hamka 2002), tentang persepsi *Proses fisik*, proses di tangkapnya suatu stimulus oleh alat indera manusia, *Proses Fisiologis*, Proses diteruskannya stimulus yang di terima oleh reseptor melalui saraf saat sensoris, *proses psikologik*, proses timbulnya kesadaran individu tentang stimulus yang di terima reseptor, dan *proses persepsi*, Tanggapan dan perilaku. Menurut teori ini, pengaruh yang terjadi pada pihak penerima pada dasarnya merupakan suatu reaksi tertentu dari stimulus (rangsang) tertentu. Dengan demikian besar atau kecil bentuk pengaruh dan persepsi (respon) tergantung pada stimulus.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh penyewa kios baik yang menempati maupun yang tidak menempati kiosnya, diluar kios yang dieksekusi. Total kios berjumlah 210 kios, dengan rincian 118 kios buka, 92

kios tutup (47 kios tutup tidak berjualan dan 45 kios tutup karena kiosnya dieksekusi oleh Dinas Pasar) Jadi populasinya 165 penyewa kios. Dari penyewa kios tersebut diambil sampel sebanyak 10 persen, dengan menggunakan teknik sampling: *Simple Random Sampling* (Acak Sederhana), maka sampel jumlahnya 17, ditambah sampel kepala kantor pasar 1 (satu orang) dan konsumen 2 (dua Orang). Jadi sampelnya sebanyak 20 orang.

DESKRIPSI TENTANG KIOS PASAR RUMBAI

Lembaga Perekonomian di Kecamatan Rumbai Pesisir

Kecamatan Rumbai Pesisir merupakan salah satu kecamatan dengan jumlah penduduk sebesar 70.012 jiwa dan keadaan inilah yang memicu terhadap keragaman kelembagaan perekonomian, Kecamatan Rumbai Pesisir paling sedikit memiliki 4 (empat) lembaga ekonomi yang sampai saat ini masih aktif beroperasi, yaitu Pasar, Bank, Toko dan warung. Warung dan Toko ini yang mempunyai jumlah terbanyak. di Kecamatan Rumbai Pesisir keragaman lembaga dapat dilihat tabel berikut ini.

Tabel 2 Jumlah Lembaga ekonomi Di Rumbai Pesisir

No	Kelurahan	Lembaga Perekonomian				Jumlah
		Pasar	Bank	Toko	Kios	
1.	Meranti Pandak	2 (0,2)	3 (0,3)	73 (6,6)	141 (12,8)	219 (19,9)
2.	Limbu ngan	0 (0,0)	0 (0,0)	39 (3,5)	220 (19,9)	259 (23,4)
3.	Lemba h Sari	0 (0,0)	0 (0,0)	28 (2,5)	108 (9,8)	136 (12,3)
4.	Lemba h Damai	0 (0,0)	2 (0,2)	17 (1,5)	99 (9,0)	118 (10,7)
5.	Limbu ngan baru	1 (0,1)	2 (0,2)	142 (12,9)	198 (17,9)	343 (31,1)
6.	Tebing Tinggi Okura	0 (0,0)	0 (0,0)	3 (0,3)	25 (2,3)	28 (2,6)
	Jumlah	3 (0,3)	7 (0,7)	302 (27,3)	791 (71,7)	1.103 (100,0)

Sumber: Kantor Camat Rumbai Pesisir 2015

Tabel 2 menjelaskan bahwa di Kecamatan Rumbai Pesisir terdapat 3

(tiga) pasar yaitu di Kelurahan Meranti Pandak ada 2 (dua) pasar tradisional yang keduanya belum dilakukan revitalisasi. Dan di Kelurahan Limbungan Baru 1 (satu) unit pasar yang sudah di revitalisasi dan sekaligus menjadi tempat kajian.

Pasar Rumbai pesisir, selain pasar, ada juga lembaga perbankan yaitu ada 7 (tujuh) lokasi, yaitu Bank BNI ada 2 (dua) unit, Bank BRI ada 2 (dua), Bank BTN ada 1 (satu) dan Bank Mandiri ada 2 (dua). Kemudian sarana lainnya seperti Toko, baik berupa Toko Sembako, Toko Elektronik, Toko Kelontong, Toko Pakaian, Toko Roti, Toko Buku, Toko Bangunan, Toko Makanan dan Minuman, Toko Pecah Belah, Toko Mainan Anak-Anak, Toko Perabot Rumah Tangga, Toko Obat dll. Semuanya berjumlah 302 unit toko. Lokasi Pasar Rumbai di Kelurahan Limbungan Baru.

Sarana penunjang ekonomi lainnya yaitu berupa badan usaha yang disebut koperasi, baik berupa koperasi primer maupun koperasi pusat yang berada di wilayah Kecamatan Rumbai Pesisir. Jumlah anggotanya cukup banyak. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 3 berikut.

KARAKTERISTIK PEDAGANG DI KIOS PASAR RUMBAI

Umur dan Jenis Kelamin

Umur dan jenis kelamin seseorang, sangat menentukan seseorang untuk mengambil suatu keputusan, dalam hal ini untuk menempati dan tidak menempati kios yang telah lama diinginkan atau dapat memberikan alasan yang rasional mengapa kios yang diambil tidak ditempati. Keputusan yang diambil oleh seseorang yang berjenis kelamin laki-laki dengan perempuan akan berbeda.

Pedagang yang memiliki kios sebagian besar adalah laki-laki berumur

30 (tiga puluh) tahun keatas, lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 3 berikut ini.

Tabel 3 Jumlah Responden dirinci menurut Umur dan Jenis Kelamin 2015

No	Umur (Tahun)	Jenis Kelamin (jiwa/%)		Jumlah (Jiwa/%)
		Laki-laki	Perempuan	
1.	30 – 34	1 (5,0)	2 (10,0)	3 (15,0)
2.	35 – 39	2 (10,0)	3 (15,0)	5 (25,0)
3.	40 – 44	5 (25,0)	2 (10,0)	7 (35,5)
4.	45 – 49	3 (15,0)	1 (5,0)	4 (20,0)
5.	50 – 54	1 (5,0)	0 (0,0)	1 (5,0)
	Jumlah	12 (60,0)	8 (40,0)	20 (100,0)

Sumber: Data Lapangan 2015

Tabel 3 tersebut menggambarkan bahwa sebagian besar pedagang yang memiliki kios di Pasar Rumbai berumur 30 tahun keatas, artinya pedagang pada prinsipnya sudah dapat berpikir rasional didalam memutuskan suatu pilihan untuk menempati kios pasar, tentunya mengambil sebuah kios dengan harapan digunakan untuk berjualan. Namun kenyataannya kios pasar itu tidak ditempati dan dibiarkan kosong.

Pedagang yang menyewa kios di Pasar Rumbai semuanya (100 %) beragama Islam, dalam arti Islam keturunan dan tidak dijumpai yang Mualaf. Walau mengaku beragama Islam, tidak semuanya merupakan Islam yang taat, karena ada sebagian yang tidak menjalankan shalat pada jam shalat, atau menurut Clifford Geertz adalah Islam Abangan yaitu Islam yang shalatnya tidak lengkap (lima kali sehari) atau tidak shalat sama sekali. Ada beberapa yang responden beragama islam yang telah menunaikan Ibadah Haji dan Umroh. Tingkat pendidikan para pemilik kios, juga akan mempengaruhi terhadap

pengambilan keputusan untuk menempati kiosnya. Untuk melihat tingkat pendidikan responden, dapat dilihat pada tabel 4 berikut ini.

Tabel 4 Jumlah Responden menurut Tingkat Pendidikan dan Jenis Kelamin

No.	Tingkat Pendidikan	Jenis Kelamin (jiwa)		Jumlah (Jiwa/%)
		Lelaki	Perempuan	
1.	SD	0 (0,0)	0 (0,0)	0 (0,0)
2.	SLTP	3 (15,0)	2 (10,0)	5 (25,0)
3.	SLTA	9 (45,0)	6 (30,0)	15 (75,0)
	Jumlah	12 (60,0)	8 (40,0)	20 (100,0)

Sumber: Data Lapangan 2015

Tingkat pendidikan responden cukup bervariasi, mulai dari tingkat Sekolah Dasar sampai ke Sekolah Lanjutan Atas, terutama bagi responden laki-laki pendidikannya lebih tinggi daripada responden perempuan. Semakin tinggi tingkat pendidikan, maka semakin baik dalam mengambil suatu keputusan, Tabel di bawah ini menunjukkan suku-bangsa pedagang di Kios Pasar Rumbai, lebih jelasnya dapat dilihat tabel berikut.

Tabel 5 Jumlah Responden dirinci menurut Suku-Bangsa dan Jenis Kelamin.

No.	Suku-Bangsa	Jenis Kelamin (jiwa)		Jumlah (Jiwa/%)
		Laki-laki	Perempuan	
1.	Melayu	0 (0,0)	0 (0,0)	0 (0,0)
2.	Minang	10 (50,0)	8 (40,0)	18 (90,0)
3.	Batak	2 (10,0)	0 (0,0)	2 (10,0)
	Jumlah	12 (60,0)	8 (40,0)	20 (100,0)

Sumber: Data Lapangan 2015

Tabel diatas memperlihatkan bahwa suku-bangsa pemilik kios terbanyak adalah suku-bangsa Minangkabau, sesuai dengan ciri khas suku-bangsa Minangkabau adalah

berdagang keahliannya. Suku-bangsa Minangkabau selalu menginginkan pekerjaan sebagai pedagang, tempat yang paling tepat untuk berdagang adalah kios di pasar, namun kenyataannya pedagang tidak selalu menginginkan kios seperti yang diharapkan, justru meninggalkan kiosnya yang sudah diperjuangkan untuk memperolehnya. Apakah karena kios tersebut tidak memberikan hasil atau pendapatan yang cukup, atau kurang strategis, atau faktor lain yang perlu dicarikan solusinya. Berikut ini tingkat pendapatan pedagang beserta jumlah tanggungan keluarga pedagang yang harus dinafkahi.

Tabel 6 Jumlah Responden dirinci menurut

Tanggungan dan Pendapatan Per Bulan.

No.	Jumlah Tanggungan	Tingkat Pendapatan (jiwa/Rp)			Jumlah (Jiwa/%)
		> 3 Juta	1,5 - 3 Juta	< 1,5 Juta	
1.	1 – 2	2 (10,0)	1 (5,0)	0 (0,0)	3 (15,0)
2.	3 – 4	0 (0,0)	10 (50,0)	7 (35,0)	17 (85,0)
	Jumlah	2 (10,0)	11 (55,0)	7 (35,0)	20 (100,0)

Sumber: Data Lapangan 2015

Tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah pedagang yang pendapatannya lebih dari Rp 3.000.000,00 per bulan hanya 10 persen atau 2 orang responden, sedangkan pendapatan yang paling banyak adalah Rp 1.500.000,00 – Rp 3.000.000,00 dengan jumlah tanggungan keluarga sebanyak 3 orang sampai 4 orang tanggungan. Artinya pendapatan yang diperoleh dari berjualan masih kurang untuk memenuhi keperluan

keluarganya. Jumlah pendapatan pedagang juga dipengaruhi oleh jenis dagangannya dan banyaknya pembeli. Apabila jenis dagangan ini dikaitkan dengan tingkat pendidikan, maka tidak dapat dipastikan ada kaitan yang signifikan, karena tingkat pendidikan apapun boleh berjualan apapun, begitu juga sebaliknya.

Tabel 7 Jumlah Responden dirinci menurut Jenis

Dagangan dan Tingkat Pendidikan

No.	Jenis Dagangan	Tingkat Pendidikan (jiwa/%)		Jumlah (Jiwa/%)
		SLTA	SLTP	
1.	Emas	2 (10,0)	0 (0,0)	2 (10,0)
2.	Bahan Pakaian	3 (15,0)	3 (15,0)	6 (30,0)
3.	Kelontong	2 (10,0)	0 (0,0)	2 (10,0)
4.	Keperluan Harian	7 (35,0)	2 (10,0)	9 (45,0)
5.	Bahan Kue	1 (5,0)	0 (0,0)	1 (5,0)
	Jumlah	15 (75,0)	5 (25,0)	20 (100,0)

Sumber: Data Lapangan 2015

Tabel 7 menginformasikan yang berjualan emas, kelontong dan bahan kue telah menyelesaikan pendidikannya hingga tingkat sekolah menengah atas, sedangkan yang berjualan kain/bahan pakaian dan keperluan harian ada yang Cuma tamat sekolah menengah pertama, tingkat pendidikan tidak mempengaruhi terhadap omzet dalam berjualan.

Tabel 8 Jumlah Responden dirinci menurut Jenis

Dagangan dan Tingkat Pendapatan

No	Jenis Dagangan	Tingkat Pendapatan (jiwa)			Jumlah (Jiwa/%)
		> 3 Juta	1,5 - 3 Juta	< 1,5 Juta	
1.	Emas	2 (10,0)	0 (0,0)	0 (0,0)	2 (10,0)
2.	Bahan Pakaian	0 (0,0)	3 (15,0)	3 (15,0)	6 (30,0)
3.	Kelontong	0	2	0	2

	ng	(0,0)	(10,0)	(0,0)	(10,0)
4.	Keperluan Harian	0 (0,0)	5 (25,0)	4 (20,0)	9 (45,0)
5.	Bahan Kue	0 (0,0)	1 (5,0)	0 (0,0)	1 (5,0)
	Jumlah	2 (10,0)	11 (55,0)	7 (35,0)	20 (100,0)

Sumber: Data Lapangan 2015

Tabel 8 ternyata jenis dagangan emas memberikan kontribusi pendapatan yang paling tinggi dibanding dengan jenis dagangan lainnya. Hal ini dapat disebabkan modal usahanya juga lebih banyak dibanding dengan jenis usaha lainnya. Sebagian besar pedagang Kios Pasar Rumbai pendapatannya tergolong menengah kebawah, yaitu Rp 3.000,000,00 kebawah.

Tabel 9 Jumlah Responden dirinci menurut Jenis

Dagangan dan Lama Berdagang

No	Jenis Dagangan	Lama Berdagang (Tahun)				Jumlah (Jiwa/%)
		1 - 2	3 - 4	5 - 6	>6	
1.	Emas	0 (0,0)	2 (10,0)	0 (0,0)	0 (0,0)	2 (10,0)
2.	Bahan Pakaian	0 (0,0)	4 (20,0)	2 (10,0)	0 (0,0)	6 (30,0)
3.	Kelontong	0 (0,0)	1 (5,0)	1 (5,0)	0 (0,0)	2 (10,0)
4.	Keperluan Harian	1 (5,0)	4 (20,0)	3 (15,0)	1 (5,0)	9 (45,0)
5.	Bahan Kue	0 (0,0)	0 (0,0)	1 (5,0)	0 (0,0)	1 (5,0)
	Jumlah	1 (5,0)	11 (55,0)	7 (35,0)	1 (5,0)	20 (100,0)

Sumber: Data Lapangan 2015

Tabel di atas memperlihatkan bahwa sebagian besar responden telah berdagang di Kios Pasar Rumbai selama 3 tahun sampai 4 tahun, artinya sudah berpengalaman dalam berdagang, sehingga apakah akan terus menempati kios atau meninggalkannya. Karena berdagang tujuan utamanya adalah keuntungan yang sebesar-besarnya, kalau tidak ada keuntungan atau bahkan rugi, maka untuk apa kios harus dipertahankan. namun membayarnya setiap bulan dengan uang sewanya sebesar Rp103.600,00.

Letak Kios Pasar Rumbai

Kios Pasar Rumbai dilihat dari posisi atau letak perbelanjaan, mempunyai posisi yang sangat strategis, karena Letak pasar berada di lingkungan masyarakat, mempunyai akses transportasi yang memadai dan menjangkau ke berbagai lokasi, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 10 Letak Kios dan Kemudahan Akses

Transportasi ke dan dari Kios Pasar Rumbai

No.	Letak Kios	Jalur Transportasi			Jumlah (Jiwa/%)
		Sangat Mudah	Mudah	Sulit	
1.	Strategis	14 (70)	0 (0,0)	0 (0,0)	14 (70,0)
2.	Kurang Strategis	6 (30,0)	0 (0,0)	0 (0,0)	6 (30,0)
3.	Tidak Strategis	0 (0,0)	0 (0,0)	0 (0,0)	0 (0,0)
	Jumlah	20 (100,0)	0 (0,0)	0 (0,0)	20 (100,0)

Sumber: Data Lapangan 2015

Tabel diatas menginformasikan bahwa 14 orang (70 %) responden mengatakan posisi Kios Pasar Rumbai strategis dan sangat mudah untuk dikunjungi, baik dari Pekanbaru maupun dari Minas, karena armada transportasi (Oplet) menuju Pasar Rumbai setiap saat tersedia dengan tarif yang murah. Untuk masyarakat disekitar pasar juga tersedia angkutan Ojek Motor. Bagi konsumen yang membawa mobil atau motor sendiri, juga disediakan tempat parkir yang luas, sehingga tidak ada alasan sulit berkunjung ke Pasar Rumbai.

Responden yang mengatakan kurang strategis letak Kios Pasar Rumbai sebanyak 6 orang (30 %), berkaitan dengan letak kios yang

berada di lantai dua, karena jenis dagangan yang dijual di lantai dua kurang lengkap, sehingga konsumen enggan berkunjung ke lantai dua, selain melelahkan menaiki dan menuruni tangga, tetapi juga barang yang dicari tidak ada. Namun secara umum posisi dan letak Kios Pasar Rumbai strategis.

Faktor yang menyebabkan kios tidak ditempati, dikarenakan proses jual-beli sepi pembeli, sehingga dagangan yang dijual tidak laku, konsumen cenderung membeli belanjaan ditempat yang lain, yang tempatnya mudah untuk dikunjungi, sehingga kios yang sepi tetap saja sepi tidak ada pembeli. Akibat sepi pembeli, maka pedagang mengalami kerugian, sehingga tidak dapat membayar uang sewa kios, sampai kiosnya disita oleh petugas dari Dinas Pasar.

PERSEPSI PEDAGANG PASAR TERHADAP PEMBANGUNAN KIOS

Persepsi Terhadap Pembangunan Kios

Pedagang memandang bahwa pembangunan Pasar Rumbai, pada awalnya akan membawa suatu kemajuan dalam usaha dagangnya, namun pada kenyataannya setelah pembangunan kios di Pasar Rumbai selesai, apa yang diharapkan ada yang jadi kenyataan dan ada yang tidak terwujud.

Pesatnya pembangunan pasar tradisional dirasakan oleh banyak pihak berdampak positif terhadap keberadaan pasar. Di satu sisi, pasar tradisional dikelola secara profesional dengan fasilitas yang serba lengkap. Di sisi lain,

pasar tradisional dikelola secara tradisional pula.

Pasar tradisional menjual barang-barang ritel dan hampir semua produk yang dijual semua ada (lengkap). Argumen yang mengatakan bahwa hampir seluruh pasar tradisional di Indonesia masih berurusan dengan masalah internal pasar, seperti buruknya manajemen pasar, sarana dan prasarana pasar yang sangat minim, pasar tradisional sebagai sumber penerimaan retribusi, menjamurnya pedagang kaki lima (PKL) dan minimnya bantuan permodalan yang tersedia bagi pedagang tradisional.

Pembangunan Pasar Rumbai yang awalnya dimulai tahun 1982, kemudian di revitalisasi tahun 2010, namun sudah 5 tahun lamanya, belum semua kios terisi penuh, bukan karena harga kios mahal atau sulit memperolehnya, tetapi ada alasan lain yang menyebabkan sebagian kios Pasar Rumbai tidak ditempati.

Persepsi Terhadap Aksesibilitas

Persepsi pedagang terhadap aksesibilitas di Pasar Rumbai, semua responden (100,0 %) mengatakan positif, karena pedagang sangat yakin bahwa akses menuju Pasar Rumbai, maupun sebaliknya sangat lancar dan tidak ada masalah. Akses ke Pasar Rumbai dapat dicapai dari Kecamatan Pekanbaru Kota (Pasar Pusat/Pasar Suka Ramai), Pasar Senapelan (Pasar Kodim), Pasar Wisata (Pasar Bawah), Pasar Tengah dan dari arah Kecamatan Minas Timur, Kabupaten Siak Sri Indrapura serta Kecamatan Rumbai, aksesnya sangat lancar.

Moda transportasi yang dapat digunakan, semua alat transportasi darat dapat digunakan, mulai dari sepeda, sepeda motor maupun mobil. Baik mobil pribadi maupun mobil angkutan umum (Oplet, Taksi) dan ojeg motor. Semua ada dari dan ke Pasar Rumbai, mulai dari pukul

06,00 WIB sampai pukul 21.00 WIB. Sehingga tidak ada alasan hambatan transportasi untuk menuju ke Pasar Rumbai. Pasar Rumbai terletak di Kecamatan Rumbai Pesisir.

Persepsi terhadap Kondisi Fisik Kios

Kios Pasar Rumbai kondisinya dapat dikatakan baik, artinya semua kios yang ada sebanyak 210 kios masih dapat ditempati, walaupun ada sebagian kios yang tidak ditempati mengalami kerusakan kecil seperti: kunci pintunya rusak atau dindingnya cat nya pudar atau kotor. Dengan perbaikan ringan sudah baik kembali. Responden sebagian besar (85 %) mengatakan bahwa kondisi Kios Pasar Rumbai dalam kondisi baik, namun ada juga yang mempersepsikan kios yang diterimanya dalam kondisi kurang baik, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 11 Persepsi Responden Terhadap Kondisi

Kios.

No.	Persepsi	Kondisi Kios (jiwa/%)			Jumlah (Jiwa/%)
		Baik	Kurang Baik	Tidak Baik	
1.	Baik	17 (85,0)	3 (15,0)	0 (0,0)	20 (100,0)
2.	Kurang Baik	0 (0,0)	0 (0,0)	0 (0,0)	0 (0,0)
3.	Tidak Baik	0 (0,0)	0 (0,0)	0 (0,0)	0 (0,0)
	Jumlah	17 (85,0)	3 (15,0)	0 (0,0)	20 (100,0)

Sumber: Data Lapangan 2015

Responden semuanya (100,0 %) mempunyai persepsi baik, walaupun ada kios yang kondisinya kurang baik, artinya ada kerusakan kecil yang perlu diperbaiki yaitu sebanyak 3 responden (15 %). Sedangkan fasilitas lainnya kondisinya baik, seperti tempat parkir lapang, toilet bersih, listrik, tempat penampungan sampah, pertokoan disekitar pasar, perbankan, perbengkelan,

pertukangan, perkantoran Semua fasilitas tersebut masih aktif dan buka setiap hari dari pagi hingga sore hari.

Fisik gedung Pasar Rumbai secara dapat dibagi dua, *Pertama*, gedung utama terdiri dari 3 lantai, lantai satu dan lantai dua untuk kios yang terdiri dari 210 kios. Lantai tiga untuk Kantor Pasar Rumbai. *Kedua*, Untuk Los Pasar sebanyak 182 los untuk berjualan sayur, ikan, daging, ayam, Bumbu, buah, makanan dan minuman, dll.

Persepsi Pedagang terhadap Konsumen

Persepsi pedagang yang menjadi responden, terlepas dengan pembangunan fisik kios pasar, namun ada kaitan yang erat dengan pembangunan pasar, yaitu pembeli (konsumen). Dengan dibangunnya pasar, maka diharapkan semakin bertambahnya konsumen yang berbelanja di kiosnya dan akan

berdampak lakunya barang dagangan, sehingga mendapatkan keuntungan. Keuntungan ini merupakan tujuan akhir dari pedagang. Dengan keuntungan ini pedagang dapat memenuhi keperluan keluarganya dan dapat belanja barang dagangan untuk dijual kembali, sehingga jualannya terus berlanjut.

Hasil kajian menunjukkan bahwa responden mengatakan konsumen yang berbelanja ke kiosnya sepi dalam arti ada yang belanja, tetapi jumlahnya sedikit, bahkan terkadang tidak ada yang belanja. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa konsumen tidak berbelanja ke kiosnya, namun belanja ke kios lain yang menjual barang dagangan yang sesuai dengan yang dicari konsumen. Namun tetap saja konsumen masih banyak yang berbelanja ke kios pedagang. Untuk mengetahui lebih jelas, dapat dilihat pada tabel berikut.

DAFTAR PUSTAKA

- Andreas, Yuniman Tjandra dan Marinus Wahjudi. 2006. Analisa Perkembangan Pasar Tradisional Studi Komparatif Terhadap Pengguna Ruang Komersial di Pasar Atum, Pasar Turi dan Pasar Wonokromo. [URL:www.bibsonomy.org](http://www.bibsonomy.org).
- Belshaw, Cyril S. 1981. Tukar Menukar Tradisional Dan Pasar Modern. Jakarta: PT. Gramedia.
- Brata, Aloysius G. 2004. Nilai Ekonomis Modal Sosial Pada Sektor Informal Perkotaan. Lembaga Penelitian Universitas Atma Jaya.
- Damsar. 2002. Sosiologi Ekonomi. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Danisworo, Mohammad dan Widjaja Martokusumo. 2002. Revitalisasi Kawasan Kota Sebuah Catatan dalam Pengembangan dan Pemanfaatan Kawasan Kota. www.urdi.org (*urban and regional development institute, 2000*). Diakses 15 Desember 2012.
- Deny Muliando, 2013. Persepsi Sikap Pedagang dan Masyarakat Mengenai Kondisi Lingkungan Pasar terhadap Revitalisasi Pasar Dupa Pekanbaru (Jurnal Ilmu Lingkungan)..

- Djumantri, M. 2010. Buletin Tata Ruang, Juli-Agustus 2010 Edisi: Ruang Untuk Semua.
- Hamdani, Tatang. 2012. Implementasi Revitalisasi Pasar Tradisional (Studi Kasus Revitalisasi Pasar Cicadas Di Kota Bandung). Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada (Tesis).
- Hariwijaya, M dan Triton PB. 2008. Pedoman Penulisan Ilmiah Proposal dan Skripsi. Yogyakarta: Tugu Publisher.
- Horton, Paul B. dan Chester L. Hunt. 1987. Sosiologi Jilid I, Penerbit : Erlangga. Jakarta.
- Johnson, Doyle Paul. 1994. Teori Sosiologi: Klasik Modern. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Kartasmita, Ginanjar.1980. Pemberdayaan Masyarakat: Konsep Pembangunan yang berakar pada Masyarakat. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada
- Kantor Pasar Rumbai 2015*
- Koentjaraningrat. 1971. Rintangan-Rintangan Mental Dalam Pembangunan Ekonomi Di Indonesia. Djakarta: Bhratara.
- Koentjaraningrat. 1993. Masalah Kesukubangsaan Dan Integrasi Nasional.
- Laretna, Adhisakti T. 2002. *Peran Lembaga yang Menangani Obyek Budaya sebagai Aset Pariwisata*. Jakarta. Di dalam <http://perencanaankota.blogspot.com>. 2012.
- Manik, Rusman R. 2013. Revitalisasi Pasar Tradisional Di Kota Tebing Tinggi Sumatera Utara. Medan: Universitas Sumatera Utara (Tesis).
- Mudiyono, Dkk. 2005. Dimensi-Dimensi Masalah Sosial Dan Pemberdayaan Masyarakat. Yogyakarta: APMD Press.
- Nugroho D, Riant . 2003. Kebijakan Publik. Formulasi, Implementasi dan Evaluasi. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Ramadhani, 2013 “Penataan Pasar Tradisional Berbasis Arsitektur yang Menyejahterakan” Yogyakarta: Fakultas Teknik Universitas Komputer Indonesia
- Ritzer, George. 1985. Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda
(penyadur : Alimandan), Jakarta: CV. Rajawali.
- Ritzer, George & Douglas J Goodman. 2004. *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta: Prenada Media.
- Suharto, Edi. 2008. Kebijakan Sosial sebagai Kebijakan Publik. Bandung: Alfabeta
- Soekanto, Soerjono. 1990. Sosiologi Suatu Pengantar. Penerbit : PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

- Sunarto, Kamanto. 2000. Pengantar Sosiologi. Penerbit: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Soetomo. 2010. Strategi-strategi Pembangunan Masyarakat. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sugiyono. 2009. Metode Analisis Data. Bandung : Alfabeta.
- Sunyoto Usman. 2010. Pembangunan Dan Pemberdayaan Masyarakat. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- Sidiq, Siti Sofro dan Yoserizal, 1998 Diktat Sistem Sosial Budaya Indonesia Pekanbaru
- Taneko, Solaeman B. 1994. Sistem Sosial Indonesia, Penerbit : CV. Fajar Agung. Jakarta.
- Wirjomartono, Bagoes P. 1995. Seni Bangunan dan Seni Binakota di Indonesia. Peradaban Hindu, Budha, Islam Hingga Sekarang. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.