

## Respon Pedagang Pada Revitalisasi Pasar Raya Padang

Putri Wulandari<sup>1</sup>, Erda Fitriani<sup>2</sup>, Desy Mardhiah<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Negeri Padang

Email: [putripuput1004@gmail.com](mailto:putripuput1004@gmail.com), [erda\\_cim@yahoo.com](mailto:erda_cim@yahoo.com), [desy\\_padang@yahoo.com](mailto:desy_padang@yahoo.com)

### Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya perubahan pada Pasar Raya Padang yang sudah direvitalisasi pada masa pemerintahan Bapak Fauzi Bahar, dan rampung pada masa pemerintahan Bapak Mahyeldi Ansyarullah. Bangunan itu disebut dengan Mal Pelayanan Publik Kota dengan menyediakan tempat untuk pedagang sembako dan pedagang lainnya. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menjelaskan respon pedagang pada revitalisasi Pasar Raya Padang. Penelitian ini dianalisis menggunakan teori *Fungsional* yang dikemukakan oleh Talcot Parson, didasarkan pada empat macam tugas utama yang harus dilakukan yang dikenal dengan sebutan AGIL (*adaptasion, goal attainment, integration dan latency*). Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif tipe studi kasus, teknik pemilihan informan *purposive sampling* dengan jumlah informan 15 orang. Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi yang dianalisis dengan menggunakan teknik analisis data dari Miles dan Huberman. Respon pedagang pada revitalisasi di Mal Pelayanan Publik Kota Padang yaitu respon positif dan respon negatif. Adaptasi yang dilakukan oleh pedagang di Mal Pelayanan Publik Kota Padang dengan beberapa strategi yang dilakukan oleh pedagang dalam menyesuaikan diri dengan perubahan pasar yaitu mempertahankan pelanggan, melakukan kerjasama dengan pedagang yang lainnya, menambah jumlah los, membuka kedai pagi hari.

**Kata Kunci:** Respon, Revitalisasi, Pedagang, Pasar Tradisional

### Abstrak

*This research was motivated by changes in Pasar Raya Padang which had been revitalized during the reign of Mr. Fauzi Bahar, and was completed during the reign of Mr Mahyeldi Ansyarullah. The building is called the City Public Service Mall by providing a place for groceries and other traders. The purpose of this study is to explain the traders' response to the revitalization of Pasar Raya Padang. This study was analyzed using the Functional theory proposed by Talcot Parson, based on four main types of tasks to be carried out known as AGIL (adaptation, goal attainment, integration and latency). This research was conducted with a qualitative approach type of case study, the informant selection technique was purposive sampling with the number of informants 15 people. Data collection is done by means of interviews, observations, and documentation analyzed using data analysis techniques from Miles and Huberman. The merchant's response to revitalization in the Padang City Public Service Mall is a positive response and a negative response. Adaptation carried out by traders at the Padang City Public Service Mall with several strategies carried out by traders in adjusting themselves to market changes, namely maintaining customers, cooperating with other traders, increasing the number of stalls, opening morning shops.*

**Key words:** Response, Revitalization, Traders, Traditional Markets



Received: July 31, 2019

Revised: August 2, 2019

Available Online: August 3, 2019

## **Pendahuluan**

Pasar merupakan tempat pertemuan antara penjual dan pembeli. Pasar terbentuk karena adanya penjual, pembeli, barang dan jasa. Pasar adalah tempat terjadinya transaksi jual beli dan terjadinya proses pertukaran. Secara umum pasar diklasifikasikan menjadi dua yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli secara langsung. Biasanya dalam suatu pasar tradisional lapak-lapak penjual berbentuk kios sederhana, los, dasaran terbuka (lesehan) yang dibuka oleh penjual maupun pengelola pasar (Toni Agus, n.d.). Sejak dahulu Pasar merupakan tempat yang paling penting dalam kegiatan ekonomi dan kehidupan masyarakat. Tidak semua kebutuhan dapat dipenuhi dari hasil produksi itu sendiri atau pun sebaliknya (SANTOSO, 2017). Selama ini, pasar sudah menyatu dan memiliki tempat paling penting dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Bagi masyarakat pasar bukan hanya untuk bertemunya penjual dan pembeli tetapi juga sebagai tempat terjadinya interaksi sosial (Sani Puspita, 2016)

Pasar tradisional dewasa ini oleh sebagian masyarakat menilai bahwa pasar yang kumuh, becek, pengap, bau, dan sumpek. Sebagian besar daerah yang memiliki pasar tradisional merupakan sumber kemacetan karena para pedagang memanfaatkan sebagian jalan untuk membuka lapak dagangannya. Pada pasar tradisional terdapat banyak interaksi yang ditemukan yang tidak kita temukan di pasar modern. Pada pasar tradisional para pembeli dan penjual bertemu secara langsung dan dapat menawarkan harga barang dagangan yang ada (Brata Ida Bagus, n.d.).

Pasar tradisional adalah tempat bertemunya antara penjual dan pembeli yang ditandai dengan adanya transaksi antara penjualan dan pembelian secara langsung. Seiring berkembangnya waktu eksistensi pasar tradisional mulai tergeserkan oleh keberadaan pasar modern. Hasil survey lembaga riset AC Nielsen menyatakan bahwa jumlah pasar tradisional di Indonesia mengalami penurunan setiap tahunnya. Pada tahun 2007 sekitar 13.550 unit, tahun 2009 sebesar 13.450 unit, dan pada tahun 2011 sebesar 9.950 unit. Sementara itu pertumbuhan pasar tradisional menurun sebesar 8,1 persen, sedangkan pertumbuhan pasar modern mencapai 31,4 persen (Semarang, 2017)

Pasar tradisional merupakan wujud nyata dari perekonomian rakyat. Konsep ekonomi rakyat sendiri merupakan konsep politik-perekonomian dimana pusat pembangunan pada rakyat yaitu melalui kemampuan masyarakat dalam proses meningkatkan pengendalian roda perekonomian. Secara tidak langsung pasar tradisional berfungsi dan memiliki peran strategis dalam pencapaian indikator pergerakan tingkat kestabilan harga kebutuhan bahan-bahan pokok, penyerapan tenaga kerja, penentasan kemiskinan serta penciptaan transaksi perdagangan (Dewi Putri Tunggal, 2018.)

Keberadaan pasar tradisional dalam beberapa tahun terakhir mulai mendapat perhatian dan juga menghadapi ancaman, bahkan dikhawatirkan akan semakin banyak yang “gulung tikar” dalam waktu yang tidak lama lagi karena tidak mampu bersaing menghadapi semakin banyaknya pusat perbelanjaan atau pasar modern yang merambah hingga ke pelosok permukiman penduduk (Ayuningsasi, n.d.)

Kota Padang merupakan salah satu kota besar yang ada di Provinsi Sumatera Barat. Untuk mewujudkan masyarakat yang sejahtera, maka dilakukan pembangunan. Perkembangan pembangunan sangat pesat sekali. Pembangunan secara umum berarti perbaikan di semua sektor, salah satunya adalah pembangunan di bidang ekonomi yaitu pembangunan pasar. Pentingnya untuk membangun pasar karena kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat dan pasar telah menjadi penopang perekonomian di suatu daerah. Salah satu pasar tradisional yang ada di Kota Padang adalah Pasar Raya Padang. Pasar Raya Padang merupakan pusat perekonomian masyarakat Kota Padang sekaligus pusat bagi pasar yang lainnya di Kota

Padang maupun di Sumatera Barat. Pasar Raya Padang adalah salah satu pasar tradisional yang mengalami pembangunan. Gempa yang melanda Kota Padang pada tahun 2006 meluluhlantakkan Kota Padang. Beberapa kawasan perdagangan mengalami kerusakan akibat dahsyatnya guncangan gempa. Kondisi pasar tradisional yang perlu ditingkatkan dan butuh renovasi secara fisik maupun non fisik maka diperlukan proses revitalisasi (Ayuningsasi, n.d.). Pada saat itu dalam masa pemerintahan Bapak Fauzi Bahar sebagai Wali Kota Padang dan sedang melakukan revitalisasi pasar tersebut.

Revitalisasi merupakan upaya menghidupkan kembali suatu kawasan yang sebelumnya pernah beroperasi namun mengalami kondisi kemunduran karena suatu penyebab (Dewi Putri Tunggal, 2018.). Belum selesai direvitalisasi, Kota Padang dilanda bencana gempa bumi pada tahun 2009. Beberapa kawasan di Kota Padang mengalami kerusakan dan jauh dari kenyamanannya. Kerugian gempa yang melanda Kota Padang adalah mencapai Rp.21,58 Triliun. Kerugian terbesar diakibatkan dari rusaknya rumah warga yang dinilai 74% dari total kerugian. Kategori terbesar dialami karena kerusakan pada komponen bidang ekonomi produktif mencapai 11%, lalu komponen sosial 7% dan komponen infrastruktur 5%. Kerusakan pada sektor ekonomi akibat kerusakan pusat perdagangan tradisional dan tempat usaha masyarakat menimbulkan kerugian mencapai senilai Rp 74,94 Miliar (Surya, n.d.). Berdasarkan wawancara dengan Bapak Zahirwan.S.ST, jumlah pasar yang sudah direvitalisasi di Kota Padang yaitu empat buah pasar. Jumlah pasar yang dikelola oleh Dinas Perdagangan Kota Padang yaitu delapan Pasar. Salah satunya Pasar Raya Padang. Jumlah pasar yang sudah direvitalisasi oleh pemerintah Kota Padang yaitu empat pasar tradisional. Umumnya tahun 2017 banyak pasar yang direvitalisasi. Pada tahun 2018 kemarin Pasar Lubuk Buaya kembali direvitalisasi. Yang akan direvitalisasi bagian belakang pasar tersebut. Berikut adalah tabel jumlah pasar yang direvitalisasi di Kota Padang:

**Tabel 1. Jumlah Pasar Yang Sudah Direvitalisasi beserta Tahun**

No	Nama Pasar	Tahun direvitalisasi
1	Pasar Raya Padang	2017
2	Pasar Belimbing	2017
3	Pasar Nanggalo	2018
4	Pasar Lubuk Buaya	2017

Sumber: Dinas Perdagangan Kota Padang

Stigma yang melekat pada pasar tradisional selama ini yaitu kondisi pasar yang sangat memprihantinkan dan jauh dari kenyamanan. Sehingga memerlukan adanya sebuah renovasi dan inovasi untuk menjadi daya tarik dan eksistensi bagi keberadaan pasar itu sendiri (Ayuningsasi, n.d.). kondisi pasar tradisional selama ini yang identik dengan kondisi yang jauh dari kata bersih dan nyaman yang mengancam keberadaan pasar tersebut. sudah banyak pasar yang mengalami kehancuran diakibatkan karena kebakaran dan juga ada yang diakibatkan oleh bencana gempa bumi. Dimana pasar tradisional juga hanya didatangi oleh kelompok masyarakat kelas bawah (Kelayakan et al., 2012)

Pasca gempa, Pasar Raya Padang mengalami kerusakan yang sangat parah. Pedagang yang kehilangan tempat mereka berdagang (Wardhana Indra Wisnu, 2017). Pada pemerintahan Bapak Mahyeldi Ansyarullah sebagai wali Kota Padang pada periode 2014-2019, dimana kebijakan untuk merevitalisasi kembali Pasar Raya Padang yang belum rampung pada masa pemerintahan sebelumnya. Pembangunan pasar merupakan tujuan utama bagi pemerintah Kota

Padang periode 2014-2019. Terdapat di dalam Rencana Strategis (Renstra) Dinas Pasar Kota Padang periode 2014-2019, pemerintah Kota Padang memiliki misi “Terwujudnya peningkatan sarana dan prasarana pasar”(Rencana Strategis (Restra) Dinas Pasar Kota Padang Tahun 2014-2019”, n.d.). Jumlah dana yang dihabiskan untuk pembangunan pasar yang direvitalisasi kurang lebih Rp.500 Juta dan luas kawasan lebih kurang 7 hektar dan pembangunannya dua lantai. Perdagangan yang merupakan inti dari perekonomian mencakup berbagai kegiatan seperti produksi dan konsumsi, untuk berjalannya kegiatan tersebut masyarakat melangsungkan di sebuah tempat yang dikenal dengan pasar (Ayuningsasi, n.d.)

Pasar Raya Padang menjual berbagai macam kebutuhan sandang, pangan dan papan seperti pakaian, ikan, sayur-sayuran, buah, daging, telur barang elektronik dan jasa. Pasar Raya Padang ini banyak pembeli dari kalangan ibu-ibu, mahasiswa/mahasiswi, pemuda/pemudi yang ada di Kota Padang. Berdasarkan observasi peneliti, Pasar Raya Padang mengalami ramai pengunjung pada sore hari karena cuaca yang sudah mulai mendung dari teriknya sinar matahari. Di sepanjang Pasar Raya Padang disuguhkan dengan pemandangan para pedagang yang sibuk menjajakan dagangannya dengan suara lantang, Pembeli yang sibuk dengan antusias memilih-milih baju, jilbab, sepatu, buah-buahan aksesoris HP, makanan yang enak namun harga terjangkau. Di sisi lain kita bisa lihat sopir angkot yang memanggil-manggil penumpang. Pengunjung di Pasar Raya Padang mengalami peningkatan yang pesat pada hari-hari tertentu seperti libur sekolah, tahun baru, mendekati bulan lebaran. Untuk melayani konsumen tersebut, pedagang masih membuka kiosnya sampai jam 23.00 WIB.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Respon Pedagang Pada Revitalisasi Pasar Raya Padang di Mal Pelayanan Publik Kota Padang. Penelitian ini dianalisis menggunakan teori fungsionalisme Talcot Parson didasarkan pada empat macam tugas utama yang harus dilakukan agar masyarakat tidak “mati” yang dikenal dengan sebutan AGIL (*adaptasion, to the environmrnt, goal attainment, integration dan latency*). Manusia diibaratkan seperti organ tubuh dimana saling berhubungan satu sama lainnya (Suwarsono dan Alvin Y.SO., 1991).

Respon berasal dari kata *response* yang artinya jawaban, balasan atau tanggapan. Sedangkan menurut Ahmad Subandi, respon dengan istilah umpan balik yang memiliki peran atau pengetahuan yang besar dalam menentukan baik atau tidaknya suatu objek (Subandi Ahmad, 1982). Secara umum respon atau tanggapan dapat diartikan dalam kehidupan sehari-hari yaitu hasil atau kesan yang didapat dari pengamatan.

## Metode Penelitian

Penemuan ini merupakan penemuan yang menggunakan pendekatan kualitatif tipe studi kasus (Sugiyono, 2007). Teknik pemilihan informan *purposive sampling* dengan jumlah informan 15 orang sesuai dengan kriteria dan kebutuhan informasi mengenai Pasar raya Padang. Adapun kriteria dari informan yang dibutuhkan seperti pedagang sembako yang ada Di Mal Pelayanan Publik dan Dinas Perdagangan Kota Padang. Untuk mendapatkan data pada penemuan ini dilakukan pengumpulan data dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi yang berkaitan dengan proses revitalisasi di Pasar Raya Padang. Untuk menguji keabsahan data, digunakan proses triangulasi yaitu triangulasi sumber. Kemudian informasi yang didapatkan dianalisis dengan menggunakan teknik analisis data dari Miles dan Huberman (reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan).

## Hasil dan Pembahasan

### Respon Pedagang Pada Revitalisasi Pasar Raya Padang

Pada bagian ini dikemukakan bahasan hasil penelitian tentang Respon Pedagang Pada Revitalisasi Pasar Raya Padang di Mal Pelayanan Publik Pasar Raya Padang. Peneliti melihat

Respon Pedagang Sembako yang ada di Mal pelayanan Publik Kota Padang ada respon positif dan respon negatif.

### **Respon positif**

Respon positif terjadi apabila masyarakat atau individu mempunyai tanggapan atau reaksi positif dimana mereka dengan antusias ikut berpartisipasi menjalankan program yang diselenggarakan oleh pribadi atau kelompok. Dari penelitian ada beberapa respon positif yaitu:

#### 1. Lebih nyaman

Menurut beberapa pedagang sembako yang ada di Mal Pelayanan Publik Kota Padang mengatakan pasar yang sudah direvitalisasi ini sudah nyaman. Untuk jaul beli yang sepi sudah hal yang biasa. Pedagang sekarang sudah senang berjualan dan tidak harus desak-desakan lagi. Tanggapan salah satu pedagang yaitu "Pasar yang sekarang ini nyaman. Kalau sudah sepi pembeli itu hal yang sudah biasa. Nyaman nya pasar sekarang ini karena sudah bersih, aman karna sudah ada penjagaan. Dilihat sekarang pedagang sudah senang berjualan, tidak seperti dulunya yang kena hujan dan panas diluar. Dan juga kalau sudah hujan pasar sangat becek sekali (Net,45)

#### 2. Lebih bersih

Pasar yang sekarang ini sudah bersih. Tidak ada lagi sampah yang berserakan. pasar ini dibersihkan oleh pedagang yang berjualan. Sampah dikumpulkan di dekat tiang yang ada di depan pasar supaya tim pembersih dari Dinas Perdagangan tinggal mengambil sampah tersebut. Tanggapan yang disampaikan oleh salah satu pedagang yaitu Pasar baru ini sudah bagus dan juga sudah bersih dibandingkan dengan pasar yang dulu. Ibu dapat los yang didepan, jadi tidak susah untuk membersihkannya. Tinggal meletakkan sampah didepan tiang lagi (Eri,52)

#### 3. Lebih aman

Pasar yang sekarang ini sudah aman. Karena sudah ada penjagaan dari Dinas Perdagangan Kota Padang yang dikerahkan untuk mengamankan pasar ini. Setiap hari ada tim keamanan yang selalu memantau pasar. Ada yang menjaga di depan pasar dan juga ada yang berkeliling untuk melihat kondisi pasar. Tanggapan yang disampaikan oleh salah satu pedagang yaitu Sedangkan untuk aman, Alhamdulillah sudah aman pasar yang sekarang ini. Ada petugas yang didatangkan oleh Dinas Perdagangan untuk mengamankan pasar ini. Setiap hari petugas keamanannya yang berjaga berganti-ganti. Ada yang berdiri didepan pasar dekat pemberhentian angkot, ada juga yang berjalan keliling untuk melihat keadaan pasar ini. Dulu tidak ada petugas yang melihat kondisi pasar ini (Eri,52)

### **Respon negatif**

Respon negatif terjadi apabila masyarakat atau individu memberikan tanggapan atau reaksi yang negatif dan kurang antusias ikut berpartisipasi menjalankan program yang diadakan oleh pribadi atau kelompok.

#### 1. Los kecil-kecil

Pedagang yang sedang menyusun barang dagangannya dan juga kewalahan dengan tempat yang kecil untuk menyusun barang dagangan. Barang dagangan setiap los itu seperti ditumpuk dan berjejer sampai ke depan bahkan sampai ke lorong untuk berjalan. Konsumen yang membeli juga kesusahan untuk mengambil barang dan pedagang juga susah untuk memberikan uang kembalian konsumen. Tanggapan salah satu pedagang yaitu "Kalau Ibu lihat tidak ada efeknya pasar baru ini. Pembangunan yang tidak menghadap ke jalan dan pembeli susah untuk berbelanja. Lebih susah untuk akses jual belinya. Sebelum dibangun, InsyaAllah untuk jual beli ada banyak. Dulu bangunannya teratur, arahnya ke jalan, losnya

berhadapan-hadapan, banyak akses dan mudah untuk berbelanja. Yang berdagang tidak dikelompokkan jadi bercampur ada yang menjual cabe, ikan dan lainnya. Dilihat sekarang losnya membelakang dan losnya juga kecil-kecil jadi susah untuk memasukkan barang” (Elinawati,45)

## 2. Sepi pembeli

Pasar terlihat sepi sekali pembeli. yang lewat hanya para pedagang yang membawa barang dagangan dari atas mobil. Jam 10 pagi sudah jarang sekali terlihat pembeli. para pedagang hanya bermenung untuk menunggu pembeli yang datang. Seperti terlihat pada gambar di bawah ini. Dimana salah satu pedagang yang hanya bisa duduk sambil bermain Hp sambil menunggu pembeli. di sana terlihat sepi sekali pembeli yang berkunjung kepasar ini. Foto ini diambil sekitar jam 10.00 WIB.



**Gambar 1. Pedagang Cabe Menunggu Pembeli**

## 3. Banyaknya pasar kaget

Seiring berkembangnya perekonomian di Kota Padang, salah satunya pasar tradisional yang ada di Kota Padang yang dikelola oleh Dinas Perdagangan Kota Padang yaitu Pasar Raya Padang. Pasar yang dikelola yaitu delapan pasar tradisional yang ada di Kota Padang. Selain yang dikelola oleh Dinas Perdagangan Kota Padang, banyak pasar-pasar tradisional yang berkembang. Pasar-pasar kaget yang bermunculan berdampak terhadap jual beli di pasar pusat yaitu Pasar Raya Padang.

### **Adaptasi Pedagang Sembako Setelah Pasar direvitalisasi**

Dari respon atau tanggapan yang disampaikan oleh pedagang sembako di Mal Pelayanan Publik Kota Padang ada yang berbentuk respon positif dan respon negatif. Berdasarkan respon pedagang sembako di Mal Pelayanan Publik Kota Padang terhadap adanya perubahan pasar yang direvitalisasi maka muncul adaptasi. Secara umum, adaptasi dibedakan menjadi dua bentuk yaitu adaptasi fisik dan adaptasi budaya. Adaptasi fisik merupakan upaya penyesuaian diri terhadap perubahan fisik. Seperti halnya yang dilakukan oleh pedagang sembako di Mal Pelayanan Publik. Pedagang pasar melakukan proses adaptasi fisik karena revitalisasi setidaknya merubah lingkungan fisik pasar berupa bangunan. Pedagang sembako di Mal Pelayanan Publik tersebut harus menyesuaikan atau beradaptasi dengan bangunan baru setelah direvitalisasi. Dalam penelitian saya terdapat beberapa strategi yang dilakukan oleh pedagang sembako yang ada di Mal Pelayanan Publik Pasar Raya Padang. Diantaranya yaitu:

#### ***Mempertahankan pelanggan***

Mempertahankan pelanggan yaitu salah satu strategi yang dilakukan pedagang supaya ada jual beli. Jika tidak ada pelanggan, susah untuk mendapatkan pendapatan perharinya. Mempertahankan pelanggan adalah salah satu strategi untuk bertahan di pasar yang sudah

direvitalisasi yang dilakukan oleh pedagang yang ada di Mal Pelayanan Publik Pasar Raya Padang. Banyak pedagang yang masih mempertahankan pelanggan karena hanya pelanggan yang ditunggu untuk membeli. Kalau tidak mempertahankan pelanggan maka tidak ada pendapatan dan jual beli.

### ***Kerjasama***

Kerjasama yang dilakukan oleh pedagang sembako yang ada di Mal Pelayanan Publik Pasar Raya Padang yaitu Adanya pedagang yang menanyakan barang dagangan kepada pedagang yang lain ketika barang tersebut habis dan pembeli menanyakan barang dagangan tersebut. Jika salah satu barang stok nya habis maka pedagang tersebut akan menanyakan kepada pedagang yang lain untuk bisa mengantarkan barang tersebut ke kedai.

### ***Menambah Jumlah Los***

Menambah jumlah los juga merupakan strategi yang dilakukan oleh pedagang sembako yang ada di Mal Pelayanan Publik Kota Padang. Terlihat pedagang yang memiliki beberapa los untuk meletakkan barang dagangan. Ada juga terlihat pedagang yang menggunakan satu los saja dan kewalahan dengan tempat yang kecil dan menyusun barang yang susah. Akhirnya barang dagangannya ditumpukkan saja.

### ***Membuka kedai pagi hari***

Pedagang sembako yang ada di Mal Pelayanan Publik Kota Padang terlihat pagi sekitar jam 7.00 WIB sudah terlihat pedagang yang membuka kedai untuk berjualan. Rame pasar sekarang ini hanya pagi saja. Tidak seperti pasar yang dulu, ramainya sampai sore. Biasanya pedagang membuka kedai jam 8.00 pagi, sekarang harus membuka kedai subuh. Karena rame pembeli hanya pagi saja. Dari subuh pelanggan sudah berbelanja. Maka untuk tetap adanya jual beli, pedagang melakukan strategi membuka kedai pada pagi hari.

Menurut Parsons, untuk mengetahui sebuah perubahan sosial terlebih dahulu harus dimulai dengan mengamati struktur sosial yang ada. Struktur sosial merupakan sebuah tatanan yang terdiri dari individu dan kelompok yang saling berhubungan dan membentuk sebuah jaringan, struktur sosial didalam masyarakat ada yang bersifat vertikal dan horizontal. Dimana semua bagian didalam struktur tersebut saling berhubungan dan terorganisasi.

Penelitian ini dianalisis dengan teori dari Talcot Parson yakni tujuan (goal) dan adaptasi (adaptation). Pergantian Wali Kota Padang dari periode Bapak Fauzi Bahar ke periode Bapak Mahyeldi tentu akan memunculkan kebijakan-kebijakan pemerintah yang baru untuk memperbaiki perekonomian masyarakatnya. Salah satu kebijakan pemerintah tersebut adalah merevitalisasi pasar di Mal Pelayanan publik Pasar Raya Padang. Tujuan (goal) pemerintah melakukan revitalisasi pasar yang ada di Kota Padang yaitu agar pasar-pasar menjadi lebih bersih, aman dan pembeli merasa nyaman pada saat berbelanja. Pemerintah menyediakan fasilitas berupa los-los kecil dan listrik. Sehingga pasar tradisional yang ada di Kota Padang tidak ketinggalan dengan banyaknya pasar modern.

Perubahan sistem pasar lama menjadi pasar yang sudah direvitalisasi tentu akan berpengaruh kepada pedagang yang berjualan di pasar. Dengan perubahan sistem tersebut mucullah respon-respon pedagang, ada pun respon yang terlihat yaitu respon positif dan respon negatif. Respon positif terdiri dari lebih nyaman, lebih aman dan lebih bersih. Sedangkan respon negatif terdiri dari los yang kecil-kecil, sepi pembeli dan banyaknya pasar kaget.

Adaptasi yaitu sistem harus dapat beradaptasi dengan cara menanggulangi situasi eksternal yang kompleks, dan sistem harus dapat menyesuaikan diri dengan lingkungan serta dapat menyesuaikan lingkungan untuk kebutuhannya (Martono, 2012). Adapun proses adaptasi yang dilakukan pedagang adalah sebagai berikut; Ukuran los-los kecil mengakibatkan

pedagang harus dapat menyesuaikan barang dagangannya yang dijual. Jika banyak barang dagangannya, maka pedagang menambah lagi los untuk berjualan. Ada pedagang yang sampai menambah lima los untuk berjualan. Dengan seperti ini, maka pedagang tidak dirugikan dan tujuannya pun tetap tercapai untuk mendapatkan pendapatan dan tetap adanya jual beli dalam satu hari. Sampai sekarang sistem yang dijalankan pemerintah tetap berjalan.

Dalam penelitian ini, yang dilihat adaptasi pedagang sembako yang ada di Mal Pelayanan Publik Kota Padang. Perubahan yang terjadi dalam pembangunan pasar, akan berdampak terhadap pedagang sembako yang ada di Mal Pelayanan Publik Pasar Raya Padang. Pedagang harus beradaptasi terhadap lingkungan yang baru tersebut. Ketika awal-awal dibangun untuk jual beli sangat sepi, karena pedagang baru dipindahkan dari tempat penampungan yang lama. Maka pelanggan kebingungan untuk mencari pedagang yang biasa mereka berbelanja.

Dalam penelitian ini dapat dianalisis menggunakan teori AGIL dari Talcot Parson. Yang dapat digunakan dalam penelitian ini adalah adaptasi dan tujuan (*Goal Atteintment*). Untuk dapat menyesuaikan diri atau beradaptasi dengan lingkungan yang baru, maka pedagang tersebut melakukan strategi agar dapat bertahan dan tetap ada jual beli dalam satu hari dan pendapatan juga tidak menurun. Penelitian yang didapat adanya strategi pedagang untuk bertahan supaya tetap ada jual beli dalam satu hari yaitu mempertahankan pelanggan, kerjasama, menambah jumlah los dan membuka kedai pagi hari. Untuk dapat menyesuaikan dengan lingkungan pasar yang sudah direvitalisasi, maka pedagang sembako yang ada di Mal Pelayanan Publik Pasar Raya Padang melakukan strategi supaya tujuan utamanya berdagang tercapai.

## Penutup

Berdasarkan hasil penelitian penulis tentang Respon Pedagang Pada Revitalisasi Pasar Raya Padang Studi Kasus: Pedagang Sembako di Mal Pelayanan Publik Kota Padang, dapat diambil kesimpulannya bahwa perubahan yang terjadi karena adanya program pemerintah untuk merevitalisasi pasar yang ada di Kota Padang dan adanya perubahan sistem pemerintahan akan berdampak terhadap pedagang sembako yang ada di Mal Pelayanan Publik Pasar Raya Padang. Dengan adanya perubahan tersebut, timbulnya respon-respon dari pedagang sembako yang ada di Kota Padang. Respon-respon nya yaitu respon positif dan respon negatif. Respon positif terdiri dari lebih nyaman, lebih aman dan lebih bersih. Sedangkan respon negatif terdiri dari los yang kecil-kecil, sepi pembeli dan banyaknya pasar kaget. Dalam teori fungsional (AGIL) dalam penelitian ini dilihat adanya adaptasi pedagang yang ada di Mal Pelayanan Publik Pasar Raya Padang dengan lingkungan yang sudah baru. Pedagang tersebut harus bisa menyesuaikan dirinya terhadap perubahan pasar yang direvitalisasi ini. Dengan adaptasi tersebut, maka pedagang memiliki beberapa strategi yang dilakukan untuk tetap bertahan dan tetap ada jual beli yaitu mempertahankan pelanggan, kerjasama, menambah jumlah los, dan membuka kedai di pagi hari.

## Daftar Pustaka

- Ayuningsasi, A. A. K. (n.d.). *Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Keberdayaan Pedagang Di Pasar Desa Adat Intaran Sanur Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia*
- Brata Ida Bagus. (n.d.). *Pasar Tradisional di Tengah Arus Budaya Global. Skripsi.*
- Dewi Putri Tunggal. (2018.). *Efektivitas Kebijakan Pasar Tradisional Srago Kabupaten Klaten Terhadap Kesejahteraan Pedagang. Jurnal.*
- Kelayakan, A., Pasar, R., Grobogan, G. K., Magister, P., Sipil, T., & Diponegoro, U. (2012).



- Analisis kelayakan revitalisasi pasar umum gubug kabupaten grobogan.*
- Nanang Martono, (2012), *Sosiologi Perubahan Sosial perspektif Klasik, Modern, Zposmodern dan Poskolonial*, Jakarta: PT Raja Grafindo
- Rencana Strategis (Restra) Dinas Pasar Kota Padang Tahun 2014-2019*". (n.d.). Retrieved from <http://bappeda.padang.go.id/>
- Santoso, T. (2017). Revitalisasi Pasar Johar Semarang Dengan Pendekatan Arsitektur Indische. ., 1–14.
- Sani Puspita. (2016). *Studi Dampak Revitalisasi Pasar Telo Terhadap Lingkungan Sekitar di Pasar Telo Karangkajen Yogyakarta. Skripsi.*
- Semarang, B. (2017). *Economics Development Analysis Journal*. 6(2), 215–221.
- Subandi Ahmad. (1982). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung. Jakarta: PT Remaja Rosdakarya.
- Surya. (n.d.). "Kerugian Gempa Sumbar 21,58 Triliun",. *Berita*. Retrieved from <https://www.antaraneews.com/berita/161953/kerugian-gempa-sumbar-rp2158-triliun>
- Suwarsono dan Alvin Y.SO. (1991). *Perubahan Sosial dan Pembangunan di Indonesia*. Jakarta: LP3ES (Lembaga Penelitian, Pendidikan dan Penerangan Ekonomi dan Sosial).
- Toni Agus. (n.d.). Eksistensi Pasar Tradisional dalam Menghadapi Pasar Modern si Era Modernisasi. *Artikel*.
- Wardhana Indra Wisnu. (2017). Wali Kota Padang Pindahkan 6.000 Pedagang Tanpa Gejolak. *Berita*.