

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pasar merupakan sebuah lembaga sentral dalam kehidupan masyarakat yang dilingkupnya secara garis besar terbagi antara penjual dan pembeli. Dalam pasar, tercipta suatu hubungan interaksi antara penjual dan pembeli (aktor dalam pasar). Pasar secara umum merupakan sebuah wadah yang bertemakan pelayanan umum yang didalamnya terdapat sebuah kegiatan yang berkaitan dengan sosial, budaya dan ekonomi. Keberadaan pasar sudah menjadi bagian yang tidak bisa dilepaskan dari kehidupan masyarakat, terkhusus masyarakat kota. Tidak bisa dibayangkan bagaimana kehidupan masyarakat tanpa adanya keberadaan pasar.

Keberadaan pasar saat ini telah diatur dalam Permendag No 21 Tahun 2021 Bab 1 Ayat 1 yang menyatakan bahwa “pasar rakyat adalah tempat usaha yang ditata, dibangun, dan dikelola oleh pemerintah, pemerintah daerah, swasta, badan usaha milik negara, dan/ atau badan usaha milik daerah, dapat berupa toko/kios, los, dan tenda yang dimiliki/ dikelola oleh pedagang kecil dan menengah, swadaya masyarakat, atau koperasi serta UMK-M dengan proses jual beli barang melalui tawar menawar”. Bersumber pada Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia, No 23/ MPP/ KEP/ 1/ 1998 tentang lembaga- lembaga usaha perdagangan, dalam keputusannya melaporkan kalau pasar merupakan suatu tempat bertemunya penjual serta pembeli serta melakukan transaksi berbentuk proses jual beli. Sehingga dari dua keputusan kementerian diatas dapat disimpulkan bahwa pasar merupakan sebuah tempat berlangsung nya kegiatan jual beli.

Salah satu pasar rakyat yang ada di Indonesia yaitu Pasar Pusat Kota Padang Panjang, Provinsi Sumatera Barat. Pasar ini dulu selalu ramai baik siang maupun malam dikarenakan pasar ini atau Kota Padang Panjang merupakan wilayah yang strategis karena selalu dilalui oleh orang mudik maupun orang hilir dikarenakan Kota Padang Panjang terletak di tengah antara Kota Padang dan Kota Bukittinggi yang merupakan dua kota terbesar di Sumatera Barat. Serta pada malam hari pasar pusat ini berubah menjadi pasar kuliner yang selalu ramai pengunjung. Sebelum berubah menjadi pasar pusat, pasar ini dulunya hanya memiliki 1 blok dengan 11 los.

Tabel 1.1.
Jumlah Kios Dari Setiap Los Sebelum Direnovasi

Los	Jumlah Kios	Jenis Jualan
A	60	Pakaian
B	60	Pakaian, jilbab, garmen dan kosmetik
C	60	Penjahit, alat-alat jahit dan toko besi
D	60	PnD, jilbab dan tekstil
E	60	Plastik dan kue-kue grosir
F	60	Sembako
G	60	Sembako dan Pecah belah
H	60	Sembako, pecah belah , dan plastic
I	60	Ikan Kering
J	Tidak ada kios	Los ikan
K	Tidak ada kios	Los Daging
Total	540 Kios	

(Sumber: Kantor Pengelola Pasar Pusat Padang Panjang tahun 2023)

Dari tabel 1.1. dapat dilihat bahwa Pasar Pusat Padang Panjang ini hanya memiliki 11 los dengan masing-masing los memiliki enam puluh kios kecuali los J dan K yang tidak memiliki kios. Masing-masing los menjual beraneka ragam jualan yang berbeda-beda.

Pada tahun 1999 terjadi kebakaran di Pasar Padang Panjang dan menghabiskan hampir seperempat kawasan pasar. Namun, karena tidak mau rugi, para pedagang beralih berjualan di lokasi yang sama dengan membuat tempat sederhana yang berbahan kayu dan terpal. Kebakaran terus melanda Pasar Padang Panjang, selepas kebakaran tahun 1999, Pasar Padang Panjang telah mengalami kebakaran hebat sebanyak tiga kali yaitu pada tahun 2009 sekali dan pada tahun 2011 dua kali yang menyebabkan kondisi pasar semakin memburuk.

Karena sangat buruk dan memprihatinkannya kondisi pasar ini sebelum direnovasi, banyak sekali keluhan kesah yang sering disampaikan oleh pembeli dan sebagian pedagang kepada pemerintah pada saat itu, seperti :

1. Keterbatasan tempat, dikarenakan banyaknya pedagang di Pasar Pusat Padang Panjang ini serta bangunan pasar yang hanya satu lantai membuat wilayah pasar sangat kotor. Bahkan banyak dari pedagang yang meletakkan atau menjajakan jualannya sampai di luar toko (mengambil sebagian jalan dan wilayah parkir) yang menyebabkan jalan semakin sempit, hal tersebut menghambat akses jalan para pembeli atau pengunjung.
2. Dari segi tata kelola kebersihan, di setiap sudut pasar sering kali dijumpai tikus got dan sampah plastik di mana-mana, kios yang sudah tidak layak lagi digunakan, keterbatasan tong sampah mengakibatkan sampah menumpuk di satu lokasi yang bahkan sampai menggunung sehingga munculnya bau busuk, serta pembuangan air kotor yang tidak bagus karena got yang tersumbat sehingga hal tersebut menjadi sebuah keluhan bagi masyarakat.

3. Kurangnya sarana dan prasana di pasar pusat seperti masjid atau musholla yang membuat para pedagang harus berjalan keluar dari kawasan pusat perbelanjaan untuk beribadah.

Pemerintah akhirnya mengeluarkan kebijakan untuk merenovasi Pasar Pusat Kota Padang Panjang ini. Sebenarnya, rencana pembangunan pasar ini sudah direncanakan sejak tahun 2007. Namun, rencana tersebut gagal karena para pedagang menolak kebijakan ini dengan alasan takut kondisi ekonomi mereka menurun. Lalu, pada 2009 juga diajukan lagi rencana pembangunan namun dibatalkan. Akhirnya pada tahun 2011, pasar mengalami kebakaran hebat hingga akhirnya pasar bisa direnovasi.

Selanjutnya dibuatkanlah pasar penampungan buat para pedagang di sepanjang jalan raya. Sedangkan untuk pedagang pasar kuliner dialihkan ke wilayah lapangan kantin Kota Padang Panjang. Lokasi pasar penampungan ini persis sekali disamping pasar dengan dibuatkan sebuah kios memanjang dari kayu dan terpal. Pasar penampungan ini difungsikan kurang lebih selama lima tahun. Pasar ini memiliki 7 blok yang berisikan 20 kios, sedangkan untuk para pedagang di Los ikan dan daging tetap berjualan dilokasi yang lama.

Pada tahun 2018, pembangunan pasar baru Padang Panjang telah selesai dilaksanakan dan pemerintah mengeluarkan kebijakan Perwako No 2 Tahun 2018 mengenai pengelolaan Pasar Baru Padang Panjang. Peraturan tersebut menimbang bahwa diperlukan penataan pedagang yang akan menempati kios atau los sehingga tercipta keamanan dan kenyamanan bagi pedagang dan pengunjung. Pasar baru ini memiliki bangunan yang sangat modis dan kokoh dengan dinding

pasar yang diberi ornamen-ornamen yang berkesan mewah serta kaca-kaca yang mendominasi di bagian depan pasar seperti pintu dan jendela. Satu gedung pasar terdapat 3 lantai dan 3 blok (kecuali blok c yang hanya memiliki 2 lantai) dan pada masing-masing blok terdapat bermacam kios dan los.

Kios adalah bangunan pasar yang beratap dan dipisahkan satu dengan yang lainnya dengan mempunyai dinding pemisah mulai dari lantai sampai langit-langit yang kemudian digunakan untuk usaha berjualan. Sedangkan Los adalah sebuah bagian pasar yang digunakan untuk berjualan, yang beratap tetap yang tidak dipisahkan satu dengan yang lain dengan dinding pemisah mulai dari lantai sampai ke langit-langit serta bagian lain dapat dilengkapi dengan panel-panel yang berguna untuk menyimpan barang barang (Perwako No.2 Tahun 2018). Berikut tabel jumlah kios dan los pasar pusat Padang Panjang sesudah direnovasi:



Tabel 1.2.

Jumlah Kios dan Los Sesudah Direnovasi

Lokasi	Lantai 1	Lantai 2	Lantai 3	Total	Terisi	Kosong
Blok A	99	120	120	339	323	16
Blok B	144	140	140	424	321	103
Blok C	203	182	2 lantai	385	331	54
Total	446	442	260	1.148	975	173

(Sumber: Kantor Pengelola Pasar Tahun 2023)

Dari tabel 1.2. di atas terlihat bahwa setiap kios dan los per lantai itu memiliki jumlah yang berbeda. Berbeda dengan blok A dan B, Blok C memiliki bentuk gedung yang lebih kecil dari yang lainnya dan hanya memiliki dua lantai. Total kios dan los pada Pasar Pusat Padang Panjang yaitu 1.148 kios los. Terdapat 173 kios kosong di pasar ini dengan kondisi fisik yang masih bagus namun dimanfaatkan oleh pedagang lain untuk menjajakan dagangan mereka di depan kios tersebut secara diam-diam.

Berdasarkan Perwako No.02 Tahun 2018, para pedagang membayar retribusi kepada pemerintah dalam hal ini yaitu kepada kantor pengelola pasar sesuai dengan harga yang telah ditentukan. Tentunya dengan adanya bangunan baru ini membentuk minat para pedagang untuk menyewa kios dan berdagang di pasar ini. Sehingga banyak pedagang yang bahkan menyewa dua tiga kios dan ada beberapa pedagang yang tidak kebagian tempat yang diinginkan dan terpaksa berjualan area luar sekeliling pasar. Hingga pada awal tahun 2019 Pasar Pusat ini resmi diisi oleh para pedagang.

Selepas Pasar Pusat Padang Panjang diresmikan, ternyata muncul berbagai macam masalah yang timbul pasca diresmikan. Seperti masih banyaknya pedagang liar disekitar pasar dan sepi pengunjung di Pasar Pusat Padang Panjang. Keluhan datang tak henti hentinya yang disampaikan oleh para pedagang yang menyewa kios di dalam pasar. Banyak dari mereka yang mengeluhkan dagangannya tidak laku dan sepi pengunjung. Padahal masyarakat dan pasar merupakan dua komponen yang saling membutuhkan. Pasar merupakan tempat pemenuhan kebutuhan masyarakat, jika masyarakat memerlukan barang atau jasa tertentu, maka mereka dapat memperolehnya di pasar. Sehingga melalui pasar kebutuhan masyarakat terpenuhi. Sedikit aneh jika dilihat pasar yang bangunannya bagus dan baru diresmikan tetapi sepi pengunjung.

Memang pada saat ini Pasar Pusat Padang Panjang kehilangan pengunjungnya. Hal ini dikarenakan berbagai faktor, seperti tiga tahun belakangan ini wabah virus corona menyerang seluruh dunia yang menyebabkan masyarakat harus tetap tinggal di rumah dan melakukan segala kegiatan seperti bekerja dan

lain lain di rumah, kecuali para pedagang. Faktor lain juga dikarenakan telah majunya teknologi, dimana dengan satu alat saja kita bisa melakukan segalanya sehingga timbulah istilah E-commerce. E-Commerce secara umum dapat diartikan sebagai transaksi jual beli secara elektronik melalui media internet dengan memberikan pembelinya berbagai promo yang menarik seperti diskon, *cashback* dan *cash on delivery* (COD) dengan sistem kerja yang membuat para pembeli hanya menunggu dirumah saja. E-commerce ini juga menawarkan berbagai jenis barang yang unik yang bahkan tidak ada dijual di pasar sekalipun. Disamping dua faktor di atas, terdapat juga faktor lokasi Padang Panjang yang merupakan daerah yang lumayan dekat dengan kota besar di Sumatera Barat yaitu Bukittinggi dan Padang, dimana kedua kota tersebut memiliki sejumlah mall dan memiliki jenis dagangan yang lebih lengkap lagi dibandingkan pasar di Padang Panjang. Sehingga menyebabkan banyak dari masyarakat Padang Panjang yang berbelanja di sana sekalian untuk berliburan.

Masalah ini juga mengakibatkan penurunan omset bagi sebagian pedagang. Selama empat tahun belakang, ada sebagian pedagang yang omsetnya menurun secara drastis dan ada yang naik turun. Berikut data penurunan omset yang telah diobservasi penulis terhadap beberapa toko:

Tabel 1.3.
Omset Beberapa Toko Di Pasar Pusat Padang Panjang (2019 S/d 2022)
Dalam Rupiah

toko \ tahun	Toko Besi Hidup Baru	keterangan	Toko Pecah Belah Tek mi	keterangan	Toko Baju Vandiel Store	Keterangan
2019	47.904.000	Turun 12%	38.772.000	Naik 1.1%	501.450.000	Turun 3,8%
2020	35.832.000		39.948.000		462.600.000	
2021	33.912.000	Turun 1,9%	37.704.000	Turun 2.2%	451.440.000	Turun 1.1%
2022	19.092.000	Turun 14,8%	27.888.000	Turun 9.8%	382.800.000	Turun 6.8%

(Sumber: Data Primer Tahun 2022)

Selain itu, peneliti juga mengobservasi dan mencari data jumlah pengunjung dari pasar tersebut. Data ini diambil dengan mengakumulasikan jumlah dari karcis parkir pengunjung. Data ini dicatat pada hari kamis (23 Februari 2023) sampai hari rabu (1 Maret 2023). Berikut uraiannya :

Tabel 1.4.
Jumlah Pengunjung Pasar Pusat Padang Panjang Selama Seminggu Berdasarkan Karcis Parkir Pengunjung

Hari	Jumlah pengunjung
Senin	1.870
Selasa	590
Rabu	620
Kamis	480
Jumat	3.280
Sabtu	1.240
Minggu	890
Jumlah	8.970

(Sumber: Data Primer Tahun 2023)

Dari tabel 1.4. diatas dapat dilihat bahwa jumlah pengunjung pada pasar Padang Panjang bahkan perminggunya tidak sanggup mencapai angka 15.000 pengunjung sesuai patokan dari Kantor Pengelola Pasar Kota Padang Panjang, padahal jumlah penduduk Kota Padang Panjang adalah 57.850 jiwa dalam tahun

2022. Dari tabel diatas terlihat jelas bahwa minat masyarakat terhadap Pasar Pusat Padang Panjang cenderung kurang. Padahal pasar ini merupakan bangunan baru yang seharusnya pasti ramai pengunjung yang ingin tahu tentang isi di dalam pasar ini, tapi keadaan menyatakan sebaliknya. Padahal Pemerintah Kota Padang Panjang juga telah melakukan riset dalam pengelolaan pasar ini, sehingga bangunan modern dapat ditunjang oleh pengelolaan yang professional dengan tujuan untuk kesejahteraan masyarakat, baik pedagang sebagai penjual maupun masyarakat sebagai pembeli. Lantas apa hal yang harus dilakukan oleh pemerintah selanjutnya untuk menciptakan pasar yang ramai pengunjung.

1.2. Rumusan Masalah

Pasca diresmikan kembali pada awal 2019. Pemerintah berbenah dengan baik terhadap hal hal yang merasa dirugikan dalam pasar terdahulu. Namun meskipun telah berbenah dengan baik, fakta yang ditemukan di lapangan masih banyak para pedagang yang sepi pembeli/ pengunjung apalagi para pedagang di lantai dua dan tiga. Tentu hal tersebut berdampak pada ekonomi para pedagang dan pemerintah tentu lebih bijak lagi dan harus ada upaya upaya yang dilakukan untuk mencegah hal ini dengan melalui program program yang berisikan upaya penindakan dan pencegahan.

Berdasarkan deskripsi tersebut, maka yang menjadi pertanyaan penelitian adalah : **Apa upaya pemerintah Kota Padang Panjang untuk meningkatkan jumlah pengunjung pada Pasar Pusat Padang Panjang?**

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai penelitian adalah :

a. Tujuan Umum

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan upaya pemerintah Kota Padang Panjang untuk meningkatkan jumlah pengunjung pada Pasar Pusat Padang Panjang.

b. Tujuan Khusus

1. Menjelaskan bentuk kegiatan yang dilakukan pemerintah dalam meningkatkan jumlah pengunjung pada Pasar Pusat Padang Panjang.
2. Menjelaskan kendala yang dihadapi pemerintah dalam meningkatkan jumlah pengunjung pada Pasar Pusat Padang Panjang.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Memberikan kontribusi ilmu terhadap perkembangan ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan ilmu sosial terkhusus sosiologi serta sebagai bahan perbandingan penelitian lain yang ingin mendalami permasalahan ini lebih lanjut.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan sebagai bahan masukan dan pertimbangan kepada akademik sosial dalam melakukan sebuah riset, terkhusus bagi pihak-pihak yang tertarik untuk meneliti permasalahan ini lebih lanjut.

1.5. Tinjauan Pustaka

1.5.1. Konsep Pasar

Secara umum, sosiologi menjelaskan bahwa pasar merupakan sebuah fenomena kompleks dengan berbagai macam perangkatnya. Pasar dapat dilihat dari sudut pandang yang beragam, misalnya pasar merupakan suatu struktur yang memiliki jaringan sosial yang padat dan juga memiliki konflik serta persaingan. Pasar merupakan pertemuan antara penjual dan pembeli yang diarahkan oleh permintaan dan penawaran dalam proses, ruang dan waktu (Damsar dan Indriyani, 2018: 10)

Berdasarkan peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No.53/M-Dag/Per/12/2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, Pasal 1 ayat 1 berbunyi Pasar adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan, maupun sebutan yang lainnya.

Terdapat enam karakteristik pasar sebagai sebuah *marketplace* (Rivani, 2020: 17) yaitu:

1. Pasar sebagai tempat komunikasi: seperti komunikasi: seperti komunikasi politik, sosial, religi bahkan terminologi komersil.
2. Pasar sebagai sentralitas sosial.
3. Pasar sebagai kompleksitas hubungan *local-urban governance*.
4. Pasar sebagai hubungan kultural, identitas dan kekuasaan lokal, dimana masyarakat dengan mudah menyerap saling hubungan dan perubahan terjadi

5. Pasar sebagai tempat yang mempunyai aturan tersendiri.
6. Pasar sebagai milik orang banyak atau umum.

Ada beberapa aktor ekonomi yang berperan dalam pasar, yaitu:

1. Pembeli

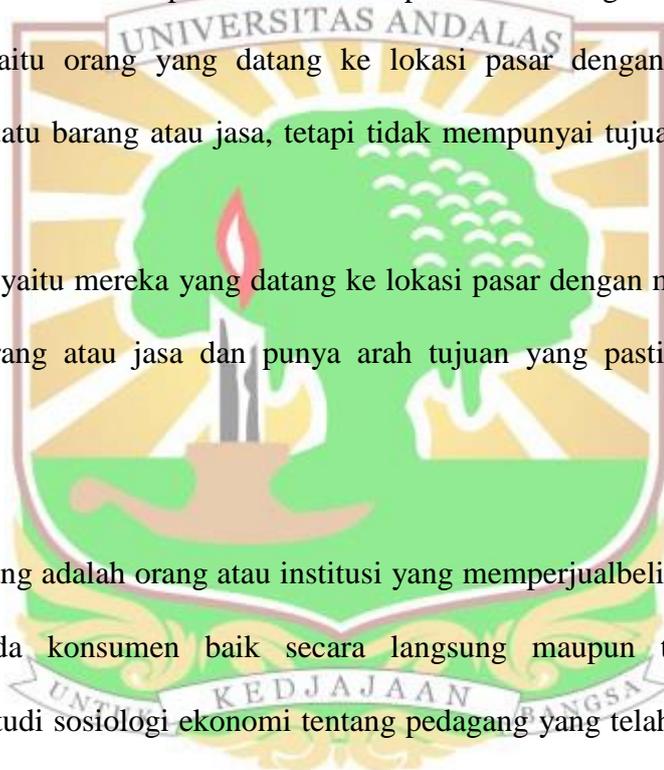
Menurut Damsar (1997: 103) ada beberapa tipe pembeli, yaitu :

- a. Pengunjung, yaitu mereka yang datang ke lokasi pasar tanpa mempunyai tujuan untuk melakukan pembelian terhadap sesuatu barang atau jasa.
- b. Pembeli, yaitu orang yang datang ke lokasi pasar dengan maksud untuk membeli suatu barang atau jasa, tetapi tidak mempunyai tujuan ke mana mau membeli.
- c. Pelanggan, yaitu mereka yang datang ke lokasi pasar dengan maksud membeli sesuatu barang atau jasa dan punya arah tujuan yang pasti ke mana akan membeli.

2. Pedagang

Pedagang adalah orang atau institusi yang memperjualbelikan produk atau barang, kepada konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung. Berdasarkan studi sosiologi ekonomi tentang pedagang yang telah dilakukan oleh Geertz, Main dan Buchholt (1993) dalam Damsar (1997: 107) dapat disimpulkan bahwa pedagang dibagi atas:

- a. Pedagang profesional, yaitu pedagang yang menganggap aktivitas perdagangan merupakan sumber utama dan satu-satunya bagi ekonomi keluarga.



- b. Pedagang semi profesional, yaitu pedagang yang mengakui aktifitasnya untuk memperoleh uang, tetapi pendapatan dari hasil perdagangan merupakan sumber tambahan bagi ekonomi keluarga.
- c. Pedagang semu, yaitu orang yang melakukan kegiatan perdagangan karena hobi atau untuk mendapatkan suasana baru atau mengisi waktu luang.

1.5.2. Konsep Pemerintah

Pemerintah daerah di Indonesia adalah penyelenggara pemerintahan daerah menurut asas otonomi dan tugas pembantuan dengan prinsip otonomi seluas-luasnya dalam sistem dan prinsip Negara Kesatuan Republik Indonesia sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Dasar 1945. Pemerintah daerah adalah gubernur, bupati, atau walikota, dan perangkat daerah sebagai unsur penyelenggara pemerintahan daerah. Negara Kesatuan Republik Indonesia dibagi atas daerah-daerah provinsi. Daerah provinsi itu dibagi lagi atas daerah kabupaten dan kota. Setiap daerah provinsi, daerah kabupaten, dan daerah kota mempunyai pemerintahan daerah yang diatur dengan undang-undang. gubernur, bupati dan walikota masing-masing sebagai kepala pemerintah daerah provinsi, daerah kabupaten dan daerah kota dipilih secara demokratis. Pemerintah daerah menjalankan otonomi seluas-luasnya, kecuali urusan pemerintahan yang oleh undang-undang ditentukan sebagai urusan Pemerintah Pusat.

Di Indonesia, walikota ialah kepala daerah untuk daerah kota atau kota madya. Seorang walikota sejajar dengan bupati, yakni kepala daerah untuk daerah kabupaten. Sebelum diberlakukannya Undang-Undang No. 22 Tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah, jabatan walikota merujuk kepada dua jenis

jabatan, yakni jabatan walikota madya yang kedudukannya sejajar dengan jabatan bupati dan bertanggung jawab kepada gubernur diperuntukkan sebagai kepala daerah perkotaan yang sudah maju dan padat penduduk (biasanya kota besar), Pada dasarnya, walikota memiliki tugas dan wewenang memimpin penyelenggaraan daerah berdasarkan kebijakan yang ditetapkan bersama DPRD Kota. Walikota dipilih dalam satu paket pasangan dengan wakil walikota melalui Pilkada. Walikota merupakan jabatan politis, dan bukan Pegawai Negeri Sipil. Ketentuan mengenai kepala daerah dan wakil kepala daerah secara umum diatur dalam Undang-Undang Nomor 9 Tahun 2015 tentang Pemerintahan Daerah.

1.5.3. Tinjauan Sosiologis

Teori yang digunakan oleh peneliti adalah teori strukturasi oleh Anthony Giddens. Anthony Giddens adalah ilmuwan sosial asal Inggris yang pernah menduduki jabatan direktur *the London School of Economics* dan guru besar Sosiologi di Cambridge University. Anthony Giddens merupakan anggota kehormatan pada *King's College* dan Profesor Sosiologi pada Universitas Cambridge. Giddens dalam tulisannya yang berjudul *The Class Structure of the Advanced Societies* (1973), dan *The Constitution of Society* (1984), Giddens mengemukakan kritiknya bahwa teori-teori sosial semenjak zaman klasik hingga tahun 1960-an ditandai dengan serangkaian asumsi pra-teoretis yang kurang memadai bagi studi kehidupan sosial.

Tujuan utama dari teori strukturasi adalah untuk menjelaskan hubungan dialektika dan saling pengaruh memengaruhi antara agen dan struktur (Ritzer & Googman, 2004: 508). Teori strukturasi mencakup kemampuan intelektual aktor-

aktor, dimensi spasial dan temporal tindakan, keterbukaan, dan kemungkinan tindakan dalam kehidupan sehari-hari, dan kekeliruan pemisahan agen dan struktur. Seluruh tindakan sosial memerlukan struktur dan seluruh struktur memerlukan tindakan sosial (Ritzer & Goodman, 2004: 508). Konsep struktur yang dikemukakan oleh Giddens berbeda dari apa yang diungkap Durkheim. Durkheim melihat struktur adalah sebagai sesuatu yang berasal dari luar yang memaksa aktor sedangkan menurut Giddens, struktur adalah apa yang membentuk dan menentukan kehidupan sosial tetapi bukan struktur itu sendiri yang membentuk dan menentukan kehidupan sosial itu.

Giddens melalui teori strukturasi memberikan penekanan pada praktik sosial yang berulang untuk melihat suatu fenomena sosial. Dalam rangka menjelaskan strukturasi, Giddens membedakan dua elemen penting dalam sebuah sistem, yaitu agen dan struktur. Keduanya mempunyai konektivitas yang sangat tinggi dan saling memberikan pengaruh satu sama lain.

Agen (pelaku) dalam strukturasi adalah orang-orang yang konkret dalam arus kontinu tindakan dan peristiwa di dunia. Agen akan terus menerus memonitor pemikiran dan aktivitas mereka sendiri serta konteks sosial dan fisik mereka sendiri. Aktor akan merasionalkan, merefleksivitas, dan memotivasi diri agar mendapatkan rasa aman dan menghadapi kehidupan dengan lebih efisien (Ritzer & Goodman, 2004: 509). Aktivitas bukanlah dihasilkan sekali jadi oleh aktor sosial, tetapi secara terus menerus mereka ciptakan ulang melalui suatu cara, dan dengan cara ini juga mereka menyatakan diri mereka sebagai aktor. Aktor akan berhenti menjadi agen bila ia kehilangan kekuasaan, yaitu kemampuan untuk

menciptakan pertentangan meskipun tetap saja struktur memberikan paksaan atau pembatas (Ritzer & Goodman, 2004: 510).

Agen memiliki motivasi dalam bertindak yaitu dengan adanya kesadaran diskursif dan kesadaran praktis. *Kesadaran diskursif* memerlukan kemampuan untuk melukiskan tindakan kita dalam kata-kata. Kesadaran praktis melibatkan tindakan yang dianggap aktor benar, tanpa mampu mengungkapkan dengan kata-kata tentang apa yang mereka lakukan. Tipe kesadaran praktis inilah yang sangat penting bagi teori strukturasi; berarti teori ini lebih memusatkan perhatian kepada apa yang dilakukan aktor ketimbang apa yang dikatakannya (Ritzer & Goodman, 2004: 509).

Struktur didefinisikan sebagai aturan dan sumber daya yang digunakan oleh agen dalam interaksi. Giddens mendefinisikan struktur sebagai properti yang memungkinkan praktik sosial serupa yang dapat dijelaskan untuk eksis disepanjang ruang dan waktu yang membuatnya menjadi suatu sistemik (Ritzer & Goodman, 2004: 510). Giddens menambahkan bahwa struktur merupakan apa yang membentuk dan menentukan terhadap kehidupan sosial, tetapi bukan struktur itu sendiri yang membentuk dan menentukan kehidupan sosial itu (Ritzer & Goodman, 2004: 510).

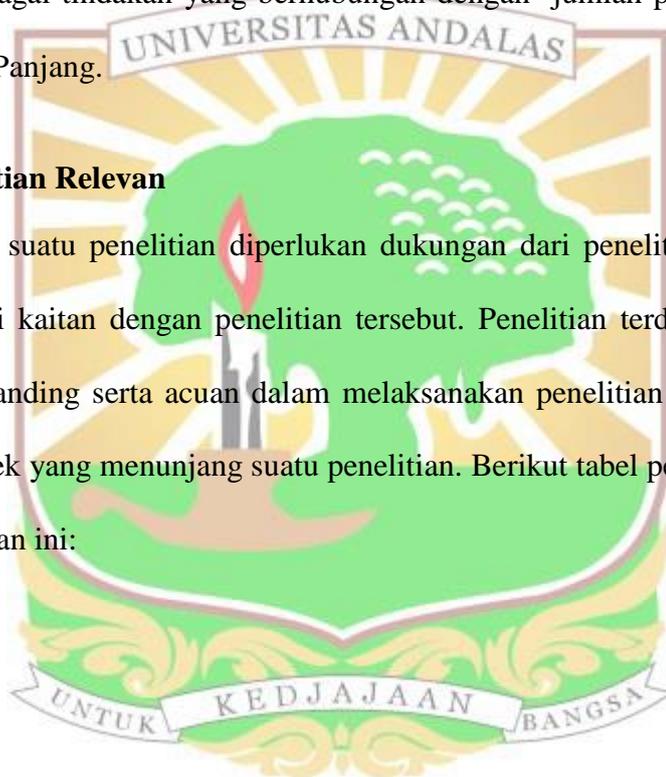
Struktur selalu membatasi (*constraining*) maupun memungkinkan (*enabling*) suatu tindakan. Struktur sering memberikan kemungkinan bagi agen untuk melakukan sesuatu yang sebaliknya tak akan mampu mereka kerjakan (Ritzer & Goodman, 2004: 511). Hal ini tidak mencegah sifat-sifat struktur sistem sosial untuk melebar masuk kedalam ruang dan waktu diluar kendali aktor-aktor

individu, dan tidak ada kompromi terhadap kemungkinan bahwa teori-teori sistem sosial para aktor yang dibantu ditetapkan kembali dalam aktivitas-aktivitasnya bisa merealisasikan sistem-sistem itu.

Jika direfleksikan pada penelitian ini, pemerintah dapat disebut sebagai fasilitator yang dapat mengubah dan mengelola struktur sosial pasar termasuk didalamnya jumlah pengunjung. Sedangkan agen merupakan pedagang. Agen memiliki berbagai tindakan yang berhubungan dengan jumlah pengunjung pada pasar Padang Panjang.

1.5.4. Penelitian Relevan

Dalam suatu penelitian diperlukan dukungan dari penelitian sebelumnya yang memiliki kaitan dengan penelitian tersebut. Penelitian terdahulu berfungsi sebagai pembanding serta acuan dalam melaksanakan penelitian dan merupakan salah satu aspek yang menunjang suatu penelitian. Berikut tabel penelitian relevan dalam penelitian ini:



Tabel 1.5.
Penelitian Relevan

No	Penelitian	Judul	Hasil penelitian
1.	Citra Permata Dewi, 2021. Skripsi Fakultas ISIP, Universitas Andalas	Penyebab keengganan pedagang Pasar Padang Panjang menempati bangunan pasar yang baru dibangun	Terdapat faktor faktor yang membuat pedagang enggan menempati pasar, yaitu: sepi pembeli/pengunjung yang masih tumpang tindih antara penyebab atau akibat, yang jelas bahwa pembeli/ pengunjung sepi. Faktanya bahwa pengunjung sepi dilihat dari jumlah pengunjung/ pembeli yang melewati lorong di pasar tersebut. selanjutnya lantai yang licin disebabkan karena air menggenang pada saat hujan. Kemudian banyaknya tangga dan curam sehingga membuat pembeli menjadi malas untuk menaiki tangga
2.	Jefri Naldi Dahlan, 2017. Fakultas ISIP, Universitas Andalas	Konflik Kepentingan Antar <i>Stakeholders</i> Berkenaan Dengan Peremajaan Pasar Padang Panjang.	terdapat kepentingan yang bertentangan antar stakeholder berkenaan dengan peremajaan pasar Padang Panjang, dari kepentingan yang berbeda ini akhirnya menimbulkan konflik kepentingan. Pemerintah Kota Padang Panjang memiliki kepentingan untuk melakukan peremajaan pasar menjadi pasar modern melalui kerjasama dengan investor. Upaya yang dilakukan Pemerintah Kota Padang Panjang untuk mewujudkan kepentingannya yaitu dengan melakukan pertemuan dengan pedagang.
3.	Dila Warista, 2015. Fakultas ISIP, Universitas Andalas	Dampak Sosial Ekonomi Pedagang Pasca Relokasi Pedagang. (Studi Terhadap Pedagang yang Terkena Kebakaran di Pasar Kota Padang Panjang).	Hasil Studi menemukan bahwa relokasi pasar ini berdampak positif pada kondisi sosial pedagang di mana pedagang menemukan tempat yang lebih tepat dan nyaman untuk berdagang tetapi relokasi ini juga berdampak negatif dalam hal penurunan pendapatan pedagang karena kurangnya minat pembeli di pasar baru ini.

Dari tabel penelitian relevan di atas, penulis telah membaca dan meninjau sehingga terdapat beberapa perbedaan antara peneliti diatas dengan penelitian

penulis. Seperti tujuan penelitian yang berbeda, rumusan masalah yang berbeda serta teori yang digunakan juga berbeda.

1.6. Metode Penelitian

1.6.1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang dipakai oleh peneliti adalah pendekatan penelitian kualitatif. Secara umum, pendekatan penelitian kualitatif merupakan pendekatan yang fokus pada pengamatan yang mendalam. Oleh karenanya, penggunaan penelitian kualitatif dapat menghasilkan kajian atas suatu fenomena yang lebih komprehensif. Menurut Afrizal (2016: 13) metode penelitian kualitatif didefinisikan sebagai ilmu-ilmu sosial yang mengumpulkan dan menganalisis data berupa kata-kata (lisan maupun tulisan) dan perbuatan manusia serta peneliti tidak berusaha menghitung atau mengkuantifikasikan data kualitatif yang telah diperoleh dan dengan demikian tidak menganalisis angka-angka. Metode penelitian kualitatif dinamakan sebagai metode baru, karena popularitasnya belum lama, dinamakan metode postpositivistik karena berlandaskan pada filsafat postpositivisme. Metode ini disebut juga sebagai metode artistik, karena proses penelitian lebih bersifat seni (kurang terpola), dan disebut sebagai metode interpretive karena data hasil penelitian lebih berkenaan dengan interpretasi terhadap data yang ditemukan di lapangan (Sugiyono, 2013: 7-8). Penelitian kualitatif bukan sekedar menghasilkan data atau informasi yang sulit dicari melalui metode kuantitatif, tetapi juga harus mampu menghasilkan informasi-informasi yang bermakna, bahkan hipotesis atau ilmu baru yang dapat digunakan

untuk membantu masalah dan meningkatkan taraf hidup manusia (Sugiyono, 2013 : 20).

Peneliti memilih pendekatan penelitian kualitatif karena penelitian kualitatif dapat membantu ketersediaan deskripsi yang kaya atas fenomena. Penelitian kualitatif mendorong pemahaman atas substansi dari suatu peristiwa. Dengan demikian, penelitian kualitatif tidak hanya untuk memenuhi keinginan peneliti untuk mendapatkan gambaran atau penjelasan, tetapi juga membantu untuk mendapatkan penjelasan yang lebih dalam (Sofaer, 1999). Menurut Afrizal, (2016: 17) pendekatan kualitatif digunakan karena dianggap lebih mampu untuk menemukan definisi situasi, dan gejala sosial dari subjek, motif-motif, subjek perasaan dan emosi yang sedang diamati.

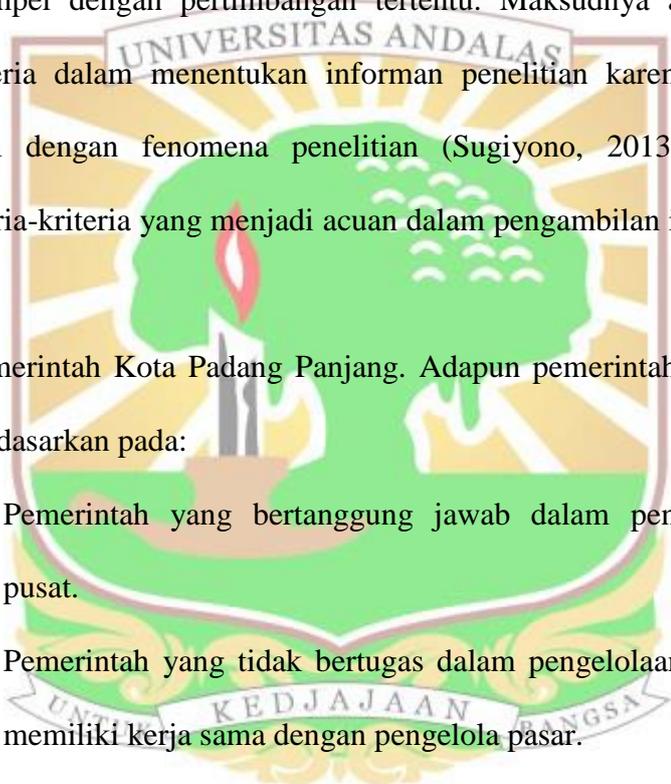
Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah tipe penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif dimaksudkan untuk mengeksplorasi dan mengklarifikasi mengenai suatu fenomena atau kenyataan sosial, dengan jalan mendeskripsikan sejumlah variabel yang berkenaan dengan masalah dan unit yang diteliti. Penelitian deskriptif ini bertujuan untuk menggambarkan kondisi yang terjadi sebagaimana adanya. Penelitian deskriptif menjelaskan mengenai program pemerintah kota dan upaya pedagang dalam meningkatkan jumlah pengunjung.

1.6.2. Informan Penelitian

Untuk mendapatkan informasi-informasi penting seputar penelitian, maka peneliti memerlukan informan dalam penelitian ini. Informan penelitian adalah orang yang memberikan informasi baik tentang dirinya ataupun orang lain atau suatu kejadian atau suatu hal kepada peneliti atau pewawancara mendalam

(Afrizal, 2016: 139). Informan adalah orang yang dapat dimanfaatkan oleh peneliti untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi penelitian, karena itu informan adalah orang yang sangat paham dengan situasi dan kondisi penelitian dan menguasai semua permasalahan penelitian (Moleong, 2002:90).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *purposive sampling* sebagai cara dalam menentukan informan. *Purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Maksudnya adalah terdapat beberapa kriteria dalam menentukan informan penelitian karena tidak semua sampel sesuai dengan fenomena penelitian (Sugiyono, 2013: 85). Berikut beberapa kriteria-kriteria yang menjadi acuan dalam pengambilan informan dalam penelitian ini:

- 
- a. Pemerintah Kota Padang Panjang. Adapun pemerintah tersebut harus berdasarkan pada:
 1. Pemerintah yang bertanggung jawab dalam pengelolaan pasar pusat.
 2. Pemerintah yang tidak bertugas dalam pengelolaan pasar, namun memiliki kerja sama dengan pengelola pasar.
 - b. Pedagang Pasar Pusat Padang Panjang. Adapun pedagang yang dimaksud ialah:
 1. Berjualan lebih dari lima tahun
 2. Bukan PKL
 - c. Pihak-pihak lain yang ada sangkut pautnya mengenai permasalahan yang diambil peneliti, seperti pengunjung pasar dan tukang parkir.

Terdapat dua kategori informan yang dapat dipakai dalam penelitian kualitatif (Afrizal, 2016: 139) yaitu:

1. Informan Pelaku

Informan pelaku adalah informan yang memberikan keterangan tentang dirinya, tentang perbuatannya, tentang pikirannya, tentang interpretasinya (makna) atau tentang pengetahuannya. Dalam penelitian ini yang menjadi informan pelaku adalah pemerintah yang bertugas dalam mengelola pasar serta

Satpol PP seperti :

- a. Kepala Dinas Perindag
- b. Kepala Bidang Pengelolaan Pasar
- c. Pegawai Bidang Pengelolaan Pasar
- d. Pegawai Dinas Perhubungan
- e. Anggota Satpol PP

2. Informan Pengamat

Informan kategori ini dapat orang yang tidak diteliti dengan kata lain orang lain yang mengetahui orang yang kita teliti atau pelaku kejadian yang diteliti. Mereka dapat disebut sebagai saksi suatu kejadian atau pengamat lokal. Dalam

penelitian ini, yang akan menjadi informan pengamat yaitu :

- a. Pedagang Pasar Pusat Padang Panjang yang berdagang lebih dari lima tahun
- b. Tukang Parkir Pasar
- c. Pengunjung Pasar

Dua kategori diatas adalah subjek penelitian itu sendiri. Oleh sebab itu, ketika mencari informan, peneliti seharusnya memutuskan terlebih dahulu posisi informan yang akan dicari, sebagai pengamatkah atau pelaku.

Berikut adalah data informan penelitian yang sudah dijadikan sebagai sumber utama untuk menarik data dan kesimpulan pada penelitian ini. Informan pada penelitian ini terdiri dari 14 orang yaitu:

Tabel 1. 6.
Informan Penelitian

No	Nama	Pekerjaan	Informan
1.	Jevie Carter Eka Putra, ST, MT	Kepala Dinas Perindag	Pelaku
2.	Irfan Nofit	Kepala Bidang Pengelolaan Pasar	Pelaku
3.	Syahdi Putra, S.Pd	Kepala Divisi Sarana Prasarana Kantor Pengelola Pasar	Pelaku
4.	Nelli	Pegawai Dinas Perindag	Pelaku
5.	Muhammad Ridwan	Pegawai Dinas Perhubungan	Pelaku
6.	Agra Kurnia Citra	Satpol PP	Pelaku
7.	Delfitri	Pedagang Ikan Kering	Pengamat
8.	Candra	Pedagang Pnd	Pengamat
9.	Wismun	Pedagang Sembako	Pengamat
10.	Radiatul Fitri	Pedagang Sembako	Pengamat
11.	Arnelli	Pedagang Sepatu	Pengamat
12.	Fitri	Pedagang Baju	Pengamat
13.	Nurmai Albento	Tukang Parkir	Pengamat
14.	Linda	Pedagang Baju	Pengamat
15.	Putri sandiya	Pengunjung Pasar Seni	Pengamat
16.	Nola indri	Pengunjung Pasar	Pengamat

(sumber: Data Primer)

1.6.3. Data yang Diambil

Data dalam penelitian kualitatif umumnya berupa kata-kata (tertulis maupun lisan) dan perbuatan manusia, tanpa ada upaya untuk mengangkat data yang telah diperoleh (Afrizal, 2016: 17).

Menurut Sugiyono (2017: 104) terdapat dua sumber data yaitu:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung oleh peneliti dari informan di lapangan. Seperti hasil wawancara yang telah dilakukan dalam penelitian yang berdasarkan tujuan dan rumusan masalah penelitian. Dalam penelitian ini data yang diambil seperti data-data mengenai upaya-upaya pemerintah dalam meningkatkan pengunjung serta kendala-kendala yang diterima pemerintah dalam melaksanakan upaya tersebut.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu sumber data yang diberikan secara tidak langsung kepada si pengumpul data. Misalnya, lewat dari orang lain atau berupa dokumen. Data sekunder juga dapat diperoleh dari pihak lain seperti koran, majalah, jurnal serta publikasi pihak lain.

1.6.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan untuk mengumpulkan data yang diperlukan peneliti. Sedangkan instrumen pengumpul informasi adalah alat yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data. Teknik pengumpulan data adalah langkah penting dalam suatu penelitian. Karena teknik pengumpulan data yang baik memungkinkan peneliti untuk melakukan pengumpulan data sesuai tata cara penelitian agar diperoleh data yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan penelitian.

Teknik yang digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik observasi (pengamatan) dan wawancara. Secara defenisi maka observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan

melakukan pengamatan, disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku obyek sasaran. Tujuan dari dilakukannya observasi adalah memberikan gambaran yang jelas tentang kondisi dan kegiatan yang dilakukan objek penelitian. Tempat yang diobservasi oleh peneliti adalah pasar pusat Kota Padang panjang. Peneliti mengamati bentuk upaya informan tersebut apakah benar dilakukan atau tidak.

Teknik wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan melakukan proses tanya jawab lisan yang berlangsung satu arah. Wawancara adalah suatu cara untuk mengetahui situasi tertentu di dalam kelas dilihat dari sudut pandang yang lain. Dalam proses pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode wawancara mendalam dan wawancara terstruktur. Menurut (Moleong, 2002: 186) wawancara mendalam merupakan proses menggali informasi secara mendalam, terbuka, dan bebas dengan masalah dan fokus penelitian dan diarahkan pada pusat penelitian. Wawancara terstruktur adalah pertanyaan-pertanyaan mengarahkan jawaban dalam pola pertanyaan yang dikemukakan. Pada penelitian ini peneliti mewawancarai karyawan pemerintah yang bertanggung jawab dalam mengelola pasar pusat di Kota Padang Panjang serta para pedagang pasar. Tentunya peneliti akan meminta persetujuan kepada informan terlebih dahulu dalam meluangkan waktu untuk melakukan wawancara.

Dalam pengumpulan data ini, peneliti memiliki instrumen penelitian seperti handphone, buku catatan, alat tulis, serta perekam. Tentunya peneliti terlebih dahulu harus membaca pedoman dalam melakukan wawancara agar proses wawancara lancar dilaksanakan.

1.6.5. Unit Analisis

Unit analisis dalam suatu penelitian berguna untuk memfokuskan kajian dalam penelitian yang dilakukan atau dengan pengertian lain objek yang diteliti ditentukan dengan kriterianya sesuai dengan fenomena penelitian. Unit analisis dapat berupa individu, masyarakat dan lembaga (keluarga, perusahaan, organisasi, negara dan komunitas). Dalam penelitian ini yang menjadi unit analisisnya adalah kelompok dengan kriteria yang telah ditentukan yaitu pemerintah yang bertanggung jawab dalam pengelolaan Pasar Pusat Padang Panjang.

1.6.6. Analisis Data

Analisis data adalah proses pengujian sistematis terhadap data untuk menentukan bagian-bagiannya, hubungan diantara bagian-bagian, serta hubungan bagian - bagian itu dengan keseluruhannya dengan cara mengkategorikan data dan mencari hubungan antara kategori. Analisis data merupakan aktifitas yang terus menerus dilakukan dalam melakukan penelitian kualitatif (Afrizal, 2016: 176). Analisis data adalah menemukan gambaran umum dan gambaran khusus dari data yang didapatkan baik melalui wawancara, observasi, ataupun analisis dokumen. Analisis data dilakukan dengan mengolah data mentah berupa penuturan, perbuatan, catatan lapangan, dan bahan-bahan lainnya yang memungkinkan peneliti menemukan hal-hal yang sesuai dengan pokok persoalan yang diteliti.

Menurut Miles dan Hubberman dalam (Afrizal, 2016: 178) analisa data pada penelitian kualitatif terdapat tiga tahap yaitu: kodifikasi data, penyajian data, dan verifikasi data. Pada penelitian ini digunakan analisis data dengan konsep dari Miles dan Hubberman:

1. Kodifikasi Data

Kodifikasi data merupakan tahap pengkodean terhadap data yang dihasilkan dari catatan lapangan yang dibuat ketika melakukan wawancara kepada informan yang telah ditulis ulang oleh peneliti. Hal ini berguna bagi peneliti agar dapat mengidentifikasi mana data yang penting dan mana data yang tidak penting.

2. Penyajian Data

Merupakan tahap dari lanjutan analisis dimana peneliti menyajikan temuan penelitian berupa kategori atau pengelompokan. Miles dan Huberman menganjurkan menggunakan *matrix* dan diagram dalam menyajikan hasil penelitian karena dianggap lebih efektif

3. Verifikasi Data

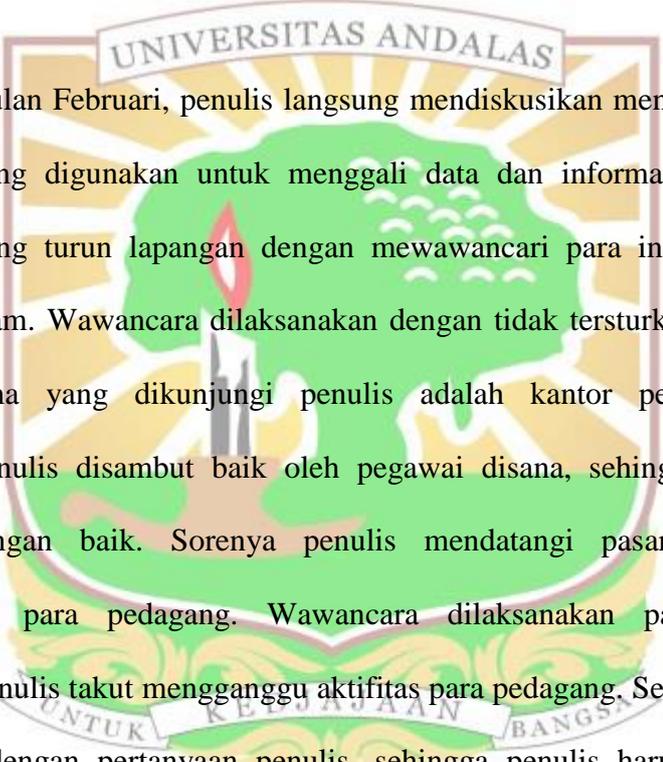
Verifikasi atau tahap penarikan kesimpulan merupakan suatu tahap lanjutan dimana pada tahap ini peneliti menarik kesimpulan dari temuan data. Ini adalah interpretasi peneliti atas temuan dari suatu wawancara atau sebuah dokumen. Setelah kesimpulan diambil, peneliti kemudian mengecek lagi kesahihan interpretasi dengan cara mengecek ulang proses koding dan penyajian data untuk memastikan tidak ada kesalahan (Afrizal, 2016: 178-180).

Analisis terhadap data-data ini dilakukan secara bertahap dan terus menerus hingga didapatkan hasil penelitian yang dimaksud.

1.6.7. Proses Penelitian

Langkah awal yang penulis lakukan adalah dengan mendiskusikan permasalahan tersebut kepada penasehat akademis penulis dan mulai menuliskan

tor (*Term of Reference*) untuk dirapatkan oleh pihak jurusan. Akhirnya pada bulan November 2022 keluarlah SK pembimbing penulis. Setelah itu, penulis langsung diskusi dengan pembimbing untuk melanjutkan penelitian ini ketahap proposal. Disini penulis melakukan perbaikan dan mencari data yang diperlukan dalam proposal tersebut seperti data jumlah pengunjung dan data kios dan los pasar. Hingga akhirnya pada bulan Januari 2023 proposal yang dibuat berhasil diseminarkan.



Pada bulan Februari, penulis langsung mendiskusikan mengenai pedoman wawancara yang digunakan untuk menggali data dan informasi. Setelah itu, penulis langsung turun lapangan dengan mewawancarai para informan penulis secara mendalam. Wawancara dilaksanakan dengan tidak terstruktur dan bebas. Lokasi pertama yang dikunjungi penulis adalah kantor pengelola pasar, kedatangan penulis disambut baik oleh pegawai disana, sehingga wawancara terlaksana dengan baik. Sorenya penulis mendatangi pasar pusat untuk mewawancarai para pedagang. Wawancara dilaksanakan pada sore hari dikarenakan penulis takut mengganggu aktifitas para pedagang. Sesekali informan tidak paham dengan pertanyaan penulis, sehingga penulis harus memberikan contoh terlebih dahulu kepada informan penulis. Setelah selesai melaksanakan wawancara, penulis langsung mengobservasi lokasi penelitian dengan melihat apakah jawaban para informan tersebut benar adanya atau tidak. Lalu penulis memfoto spot-spot yang bisa dijadikan bukti dalam penelitian ini. Pada bulan Februari ini, penulis hanya mendapatkan satu informan pelaku saja dan data yang

dihasilkan yaitu beberapa upaya yang telah dilakukan pemerintah dalam meningkatkan jumlah pengunjung.

Pada bulan Maret, penulis langsung mendiskusikan lagi hasil temuan penulis dengan pembimbing penulis, sehingga didapatkan hasil temuan berupa bab tiga pada skripsi ini, namun data tersebut belum rampung dan masih kurang, sehingga penulis menambah informan pelaku pelaku penulis. Pada bulan Maret ini penulis berhasil menambah data upaya dan kendala yang dihadapi pemerintah serta penulis mevalidasi hasil tersebut kepada para pedagang, pengunjung dan tukang parkir.

Pada bulan April, penulis mulai menuliskan lagi data-data tersebut kedalam skripsi penulis. Namun, masih banyak kekurangan-kekurangan dalam skripsi penulis baik dari segi data maupun kepenulisan. Akhirnya, pada bulan Mei skripsi penulis disetujui oleh pembimbing untuk diujikan.

1.6.8. Definisi Operasional Konsep

1. Pengunjung yaitu mereka yang datang ke lokasi pasar tanpa mempunyai tujuan untuk melakukan pembelian terhadap sesuatu barang atau jasa.
2. Pemerintah adalah organisasi yang memiliki kekuasaan untuk membuat dan menerapkan hukum serta undang-undang di wilayah tertentu.
3. Upaya adalah usaha, ikhtiar (untuk mencapai suatu maksud, memecahkan persoalan, mencari jalan keluar, dan sebagainya).

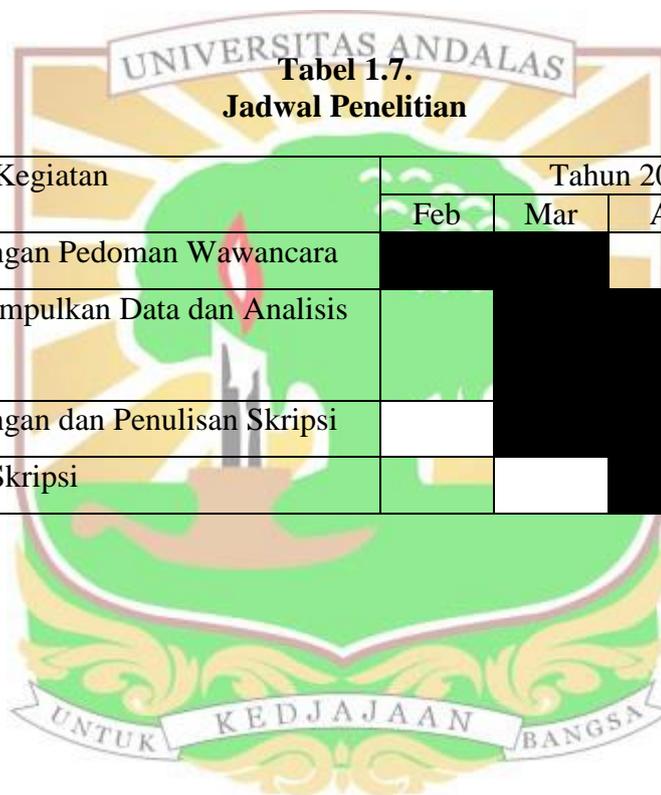
1.6.9. Lokasi Penelitian

Lokasi peneliti bisa diartikan sebagai setting atau konteks sebuah penelitian. Tempat tidak selalu mengacu pada wilayah, tetapi juga kepada organisasi dan sejenisnya (Afrizal, 2016: 128). Lokasi penelitian yang diteliti

adalah di Pasar Pusat Kota Padang Panjang. Lokasi ini terletak persis ditengah antara Kota Padang dengan Kota Bukittinggi. Kota ini memiliki jarak sekitar 76,6 km dari Kota Padang serta memiliki jarak sekitar 20,3 km dari Kota Bukittinggi.

1.6.10. Jadwal Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama kurang lebih empat bulan, dimulai dari bulan Februari sampai bulan Mei. Untuk lebih jelasnya bisa dilihat dalam tabel dibawah ini:



Tabel 1.7.
Jadwal Penelitian

No.	Nama Kegiatan	Tahun 2023			
		Feb	Mar	Apr	Mei
1.	Bimbingan Pedoman Wawancara				
2.	Mengumpulkan Data dan Analisis Data				
3.	Bimbingan dan Penulisan Skripsi				
4.	Ujian Skripsi				