

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Keberadaan pasar bagi masyarakat sudah menyatu dan dianggap penting dalam kehidupan sehari-hari sebagai pemenuhan kebutuhan. Masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan hidupnya selalu bergantung pada hal-hal lain, diantaranya memerlukan sandang, pangan dan papan untuk melengkapi keberadaannya. Mulanya masyarakat melakukan barter (tukar menukar barang) dalam memenuhi sebagian kebutuhan hidupnya dan pada masa yang kemudian mereka memerlukan pertukaran barang dengan sejumlah uang tertentu (Harsono, 1995:1). Pasar merupakan salah satu lembaga yang paling penting dalam institusi ekonomi dan salah satu penggerak dinamika kehidupan ekonomi. Keberadaan pasar ini sangat membantu pemerintah pusat, pemerintah daerah dan tentunya sangat membantu masyarakat. Keberadaan pasar membantu masyarakat dalam melakukan kegiatan perekonomian. Berfungsinya lembaga pasar sebagai institusi ekonomi tidak terlepas dari aktivitas yang dilakukan oleh penjual dan pembeli (Damsar, 2002:110).

Pasar Atas Kota Bukittinggi merupakan salah satu ikon wisata yang berada di jantung Kota Bukittinggi, sebuah kota yang terletak pada rangkaian Bukit Barisan yang membujur sepanjang Pulau Sumatera dan dikelilingi oleh dua gunung berapi yaitu Gunung Singgalang dan Gunung Marapi. Pasar ini didirikan di atas Bukit Kandang Kabau pada tahun 1858 yang terletak di Kelurahan Benteng Kecamatan Guguk Panjang Kota Bukittinggi. Pasar yang bersebelahan dengan Jam Gadang dan akrab dikenal dengan sebutan *Pasa Ateh* oleh penduduk setempat. Salah satu pasar di Sumatera Barat yang hadir sebagai penggerak dinamika kehidupan ekonomi masyarakat Kota Bukittinggi dan sekitarnya. Pasar Atas Kota ini juga dijadikan pilihan tempat liburan yang banyak dikunjungi para wisatawan, baik lokal maupun mancanegara. Pasar sebagai

pusat ekonomi dan perdagangan tekstil terbesar di Sumatera Barat ini banyak menyediakan berbagai macam oleh-oleh yang ditawarkan sebagai barang khas Sumatera Barat, berupa mukena, songket, tenunan, sulaman, batik dan lain-lain (Dinas pengelolaan pasar Kota Bukittinggi, 2015:5).

Dalam perdagangan, berbagai macam risiko mungkin saja terjadi yang dapat melenyapkan tempat berdagang beserta barang-barang dagangan, seperti berbagai macam bencana kebakaran, banjir, gempa bumi dan lainnya. Bencana kebakaran Komplek Pertokoan Pasar Atas ini terjadi pada hari Senin, 30 Oktober 2017 sekitar pukul 05.30 WIB. Dampak dari kebakaran tersebut, mengakibatkan sebanyak 334 petak toko terbakar dari 763 jumlah petak toko yang ada di sana.



Tabel 1.1. Jumlah Petak Toko yang Terbakar dan Kena Dampak Kebakaran Pasar Atas Kota Bukittinggi

No.	Blok	Lantai	Jumlah Petak	Yang Terbakar	Yang Tidak Terbakar
1.	A	I	57	-	57
2.	A	II	59	26	33
3.	A	III	1	1	-
4.	B	I	116	1	115

5.	B	II	117	117	-
6.	B.Luar		49	3	46
7.	C	I	160	-	160
8.	C	II	153	153	-
9.	D	I	18	-	18
10.	D	II	24	24	-
11.	DX	III	9	9	-
Jumlah			763	334	429

Sumber: Dinas Pasar Kota Bukittinggi tahun 2018

Bangunan Pasar Atas sendiri terdiri dari tiga lantai. Pada lantai pertama terdiri dari empat blok (blok A-D), pada lantai ini banyak para pedagang menawarkan berbagai macam pakaian untuk anak-anak sampai dewasa, tas, kacamata, jam tangan, peralatan kosmetik dan lainnya. Pada lantai dua juga terdiri dari 4 blok (blok A-D), pada lantai ini banyak para pedagang menawarkan berbagai macam mukena, songket, tenunan, sulaman hingga batik yang rata-rata harganya mahal. Pada lantai tiga, hanya terdiri dari 1 blok (blok A) yang merupakan pusat permainan untuk anak-anak.

Aktivitas jual beli di kompleks pertokoan Pasar Atas Kota Bukittinggi melemah pasca bencana kebakaran. Hasil observasi di lapangan, pedagang korban kebakaran menjadikan emperan toko untuk menggelar dagangan, menggunakan mobil sepanjang jalan pinggir pasar dan juga memanfaatkan jalan untuk menjajakan dagangannya. Pedagang hanya menjual sisa barang dagangan yang dapat diselamatkan dari bencana kebakaran dan dijual dengan harga pokok barang.

Hal ini dilakukan pedagang agar tetap memiliki penghasilan untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya.

Pasca kebakaran, Pemerintah Kota Bukittinggi berupaya untuk mencari cara agar pedagang bisa kembali berjualan dengan lebih nyaman. Pemerintah kota dan Forum Koordinasi Pimpinan Daerah (FORKOPINDA) Kota Bukittinggi akhirnya menyepakati dibangunnya pasar penampungan sebagai tempat berdagang sementara para pedagang korban kebakaran. Pasar penampungan tersebut berlokasi di pelantaran parkir roda 4 samping Gloria, Pasar Wisata, Pasar Putih, dan Belakang Pasar. Pada akhir bulan April 2018 telah dibangun kios sebanyak 740 kios yang diperuntukan untuk pedagang yang kehilangan tempat berdagangnya dengan ukuran kios 2 m x 1,75 m dan kios-kios tersebut telah resmi ditempati oleh pedagang korban kebakaran yang telah mendaftarkan diri sebelumnya dan penempatan dilakukan dengan cara pengundian.

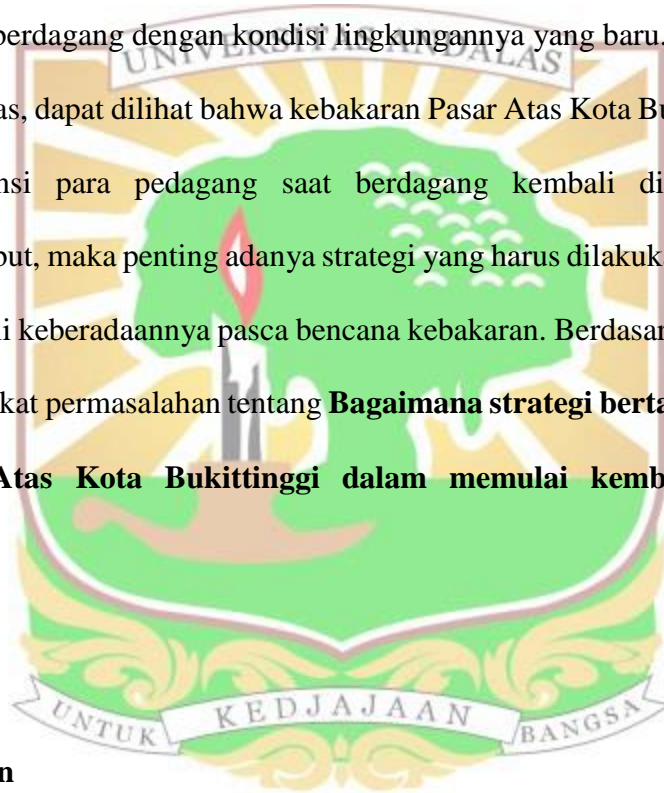
Para pedagang korban kebakaran dalam mempertahankan perekonomiannya supaya mampu tetap berdagang dengan kondisi dan lingkungannya yang baru pasca terjadinya kebakaran, seperti hilangnya tempat untuk berdagang, hangusnya barang dagangan, hilangnya pelanggan karena pindahannya tempat berdagang ke pasar penampungan, kendala-kendala di pasar penampungan dan lainnya. Maka diperlukannya strategi yang harus dilakukan oleh para pedagang korban kebakaran agar mampu tetap berdagang pasca bencana kebakaran.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, betapa penting adanya strategi-strategi yang harus dilakukan oleh pedagang untuk tetap mampu berdagang pasca bencana kebakaran. Maka dengan itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Strategi Bertahan Pedagang Pasca Bencana Kebakaran di Pasar Atas Kota Bukittinggi” agar dapat mengetahui strategi yang dilakukan oleh pedagang dalam mempertahankan eksistensinya sebagai pedagang pasca kebakaran Pasar Atas Kota Bukittinggi.

1.2 Perumusan Masalah

Kembalinya pedagang untuk berdagang setelah bencana kebakaran, tentu harus memulai sebuah langkah baru. Barang dagangan yang telah hangus terbakar, pindahnya tempat berdagang ke pasar penampungan yang menyebabkan hilangnya pelanggan karena tidak lagi mengetahui lokasi baru pedagang, kondisi pasar penampungan, modal usaha untuk memulai kembali usaha dan banyak hal lainnya yang menjadi sebuah tantangan yang harus dihadapi oleh para pedagang supaya tetap mampu berdagang dengan kondisi lingkungannya yang baru.

Dari uraian diatas, dapat dilihat bahwa kebakaran Pasar Atas Kota Bukittinggi menyebabkan melemahnya eksistensi para pedagang saat berdagang kembali di pasar penampungan. Berdasarkan hal tersebut, maka penting adanya strategi yang harus dilakukan oleh pedagang dalam meningkatkan kembali keberadaannya pasca bencana kebakaran. Berdasarkan uraian diatas, maka saya tertarik mengangkat permasalahan tentang **Bagaimana strategi bertahan pedagang korban kebakaran Pasar Atas Kota Bukittinggi dalam memulai kembali berdagang pasca kebakaran?**



1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Tujuan Umum

Tujuan umum penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi bertahan pedagang pasca kebakaran di Pasar Atas Kota Bukittinggi.

2. Tujuan Khusus

- 1) Mendeskripsikan bentuk-bentuk strategi bertahan yang dilakukan oleh pedagang pasca kebakaran.
- 2) Mendeskripsikan kendala-kendala yang dihadapi pedagang dalam bertahan pasca bencana kebakaran.

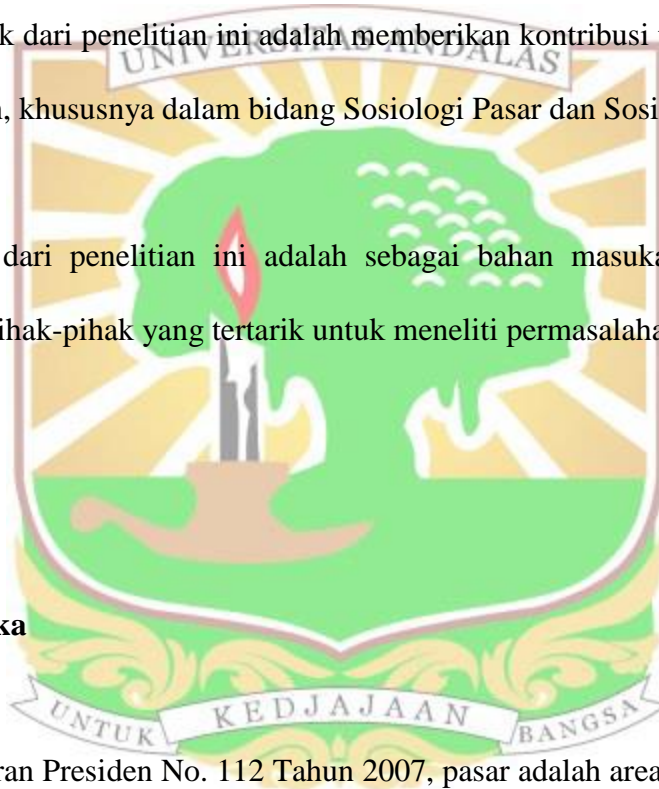
1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademik

Manfaat akademik dari penelitian ini adalah memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang Sosiologi Pasar dan Sosiologi Ekonomi.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah sebagai bahan masukan bagi penelitian lain khususnya bagi pihak-pihak yang tertarik untuk meneliti permasalahan ini lebih lanjut.



1.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1 Konsep Pasar

Menurut Peraturan Presiden No. 112 Tahun 2007, pasar adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat pembelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, *mall*, *plaza*, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya. Pasar sebagai tempat perjumpaan antara pembeli dan penjual, dimana barang / jasa atau produk dipertukarkan antara pembeli dan penjual. Ukuran kerelaan dalam pertukaran tersebut biasanya akan muncul satu tingkat harga atas barang dan jasa yang dipertukarkan tersebut.

Dalam ekonomi klasik, seperti Adam Smith, melihat pasar sinonim dengan tempat jualan (*market-place*) maupun sebagai suatu daerah geografis. Ekonom yang datang kemudian, seperti Alfred Marshal melihat pasar sebagai suatu mekanisme dalam penciptaan harga. Dalam kajian sosiologi, pasar perlu dibedakan antara pasar sebagai tempat pasar (*market place*) dan juga pasar sebagai proses (*market process*). Pasar sebagai tempat pasar merupakan bentuk fisik dimana barang dan jasa dibawa untuk dijual dan dimana pembeli bersedia membeli barang dan jasa tersebut. Pasar dilihat oleh sosiologi sebagai suatu institusi sosial, yaitu suatu struktur sosial yang memberikan tatanan siap pakai bagi pemecahan persoalan kebutuhan dasar kemanusiaan, khususnya kebutuhan dasar ekonomi dalam distribusi barang dan jasa. Oleh sebab itu, pasar bisa dipandang sebagai serangkaian hubungan sosial yang terorganisasi di seputar proses jual beli sesuatu yang berharga. Pasar dapat dipandang dari sudut yang beragam misalnya pasar merupakan suatu struktur yang padat dengan jaringan sosial atau yang penuh dengan konflik dan persaingan. Pasar mengatur kehidupan sosial, termasuk ekonomi secara otomatis (Damsar, 2018:9-10).

Kesepakatan antara pembeli dan penjual mengakibatkan terjadinya transaksi. Transaksi adalah pertukaran barang dan jasa antara (baik individu, perusahaan-perusahaan, dan organisasi lain) kejadian lain yang mempunyai pengaruh ekonomi atas bisnis. Syarat terjadinya transaksi adalah ada barang yang diperjual belikan, ada pedagang, ada pembeli, ada kesepakatan harga barang, dan tidak ada paksaan dari pihak manapun. Pasar yang dibahas dalam penelitian ini adalah pasar sebagai tempat pasar (*market place*) yaitu tempat dengan bentuk fisiknya atau bangunan dari Pasar Atas Bukittinggi sendiri, dan dalam penelitian ini juga membahas mengenai pasar sebagai proses (*market process*), yaitu penelitian ini mengkaji serangkaian hubungan sosial yang terorganisasi di seputar proses jual beli (Skousen, 2007:71).

1.5.2 Jenis Pasar Menurut Cara Transaksinya

Menurut cara transaksinya, jenis pasar dibedakan menjadi 2, yaitu:

1. Pasar Tradisional

Menurut Peraturan Presiden RI No 112 Tahun 2007, pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerja sama dengan swasta, dengan tempat usaha berupa toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki / dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil, dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar. Lebih lanjut menurut Perpres tersebut, pasar tradisional boleh berlokasi pada setiap sistem jaringan jalan, termasuk sistem jaringan jalan lokal atau jalan lingkungan pada kawasan pelayanan bagian kota / kabupaten atau lokal atau lingkungan (perumahan) di dalam kota / kabupaten.

Pasar Tradisional adalah pasar yang dikelola dengan manajemen yang lebih tradisional dan simpel dari pada pasar modern. Pasar tradisional diantaranya yaitu warung rumah tangga, warung kios, pedagang kaki lima dan sebagainya. Barang yang dijual di sini hampir sama seperti barang-barang yang dijual di pasar modern dengan variasi jenis yang beragam. Pasar tradisional saat ini cenderung menjual barang-barang lokal saja dan jarang ditemui barang impor. Barang yang dijual dalam pasar tradisional cenderung sama dengan pasar modern, maka barang yang dijual pun mempunyai kualitas yang relatif sama terjaminnya dengan barang-barang di pasar modern. Secara kuantitas, pasar tradisional umumnya mempunyai persediaan barang yang jumlahnya sedikit, sesuai dengan modal yang dimiliki pemilik atau permintaan dari konsumen. Dari segi harga, pasar tradisional tidak memiliki label harga yang pasti karena harga disesuaikan dengan besarnya keuntungan yang diinginkan oleh setiap pemilik usaha sendiri-sendiri. Selain itu, harga pasar selalu berubah, sehingga bila menggunakan label harga akan menjadi lebih repot karena harus

mengganti label harga sesuai dengan perubahan harga yang ada di pasar. Pasar tradisional ditandai dengan adanya transaksi penjual dan pembeli secara langsung dan biasanya akan ada proses tawar-menawar antara pembeli dan penjual.

Waktu kegiatan perdagangan pasar tradisional ini biasanya dikenal dengan adanya pasar harian dan pasar periodik (Pasar Legi, Pasar Rabaa, Pasar Minggu, Pasar Jumat, Senin dan sebagainya) sesuai dengan kebutuhan masyarakat setempat akan komoditas pasar yang tidak selalu harus dipenuhi setiap hari. Tetapi sekarang, tidak jarang ditemukan pasar tradisional yang beroperasi setiap hari, pasar tradisional ini biasa ditemukan di pusat perkotaan.

2. Pasar Modern

Pasar modern adalah pasar yang dikelola dengan manajemen modern, umumnya terdapat di kawasan perkotaan, sebagai penyedia barang dan jasa dengan mutu pelayanan yang baik kepada konsumen (umumnya anggota masyarakat kelas menengah ke atas). Pasar modern contohnya seperti *mall*, *supermarket*, *departement store*, *shopping centre*, waralaba, toko mini swalayan, pasar serba ada, toko serba ada dan sebutan lainnya.

Barang yang dijual di pasar modern memiliki variasi jenis yang beragam. Selain menyediakan barang-barang lokal, pasar modern juga menyediakan barang-barang impor. Barang yang dijual mempunyai kualitas yang relatif lebih terjamin karena melalui penyeleksian terlebih dahulu secara ketat sehingga barang *reject* / tidak memenuhi persyaratan klasifikasi akan ditolak. Secara kuantitas, pasar modern umumnya mempunyai persediaan barang di gudang yang terukur. Dari segi harga, pasar modern memiliki label harga yang pasti (tercantum harga sebelum dan setelah dikenakan pajak). Pasar modern ditandai dengan penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum pada barang (*barcode*),

pasar berada di dalam suatu bangunan dan pelayanan dilakukan secara mandiri atau dilayani oleh pramuniaga.

Klasifikasi pasar dalam penelitian ini termasuk ke dalam kategori pasar tradisional. Pasar Atas adalah jenis pasar tradisional yang mana transaksi antara penjual dan pembeli dilakukan secara langsung, dan dalam proses transaksi tidak jarang ditemukan proses tawar menawar antara penjual dan pembeli dalam menetapkan harga, serta tidak memakai label harga pada komoditas yang diperjualkan.

1.5.3 Jenis Pasar Berdasarkan Wujudnya

Menurut wujudnya pasar dibedakan menjadi pasar konkret dan pasar abstrak.

1. Pasar Konkret (Pasar Nyata)

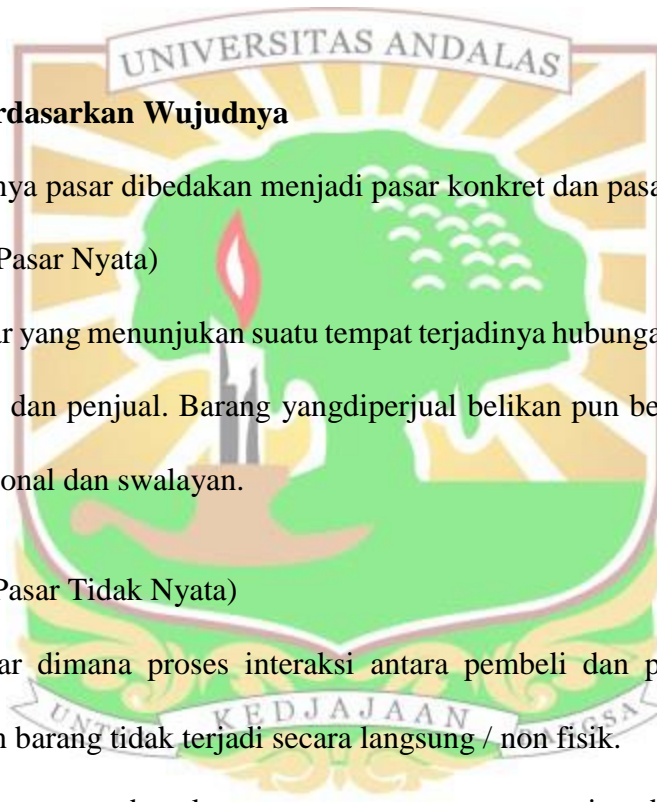
Merupakan pasar yang menunjukkan suatu tempat terjadinya hubungan secara langsung (tatap muka) antara pembeli dan penjual. Barang yang diperjual belikan pun berada di tempat tersebut. Misalnya pasar tradisional dan swalayan.

2. Pasar Abstrak (Pasar Tidak Nyata)

Merupakan pasar dimana proses interaksi antara pembeli dan penjual untuk mencapai kesepakatan harga dan barang tidak terjadi secara langsung / non fisik.

Adapun beberapa pasar abstrak yang memegang peran penting dalam kegiatan ekonomi adalah sebagai berikut:

a. Pasar Modal atau Bursa Efek



Yaitu pasar tempat bertemunya permintaan dan penawaran dana-dana jangka panjang dalam bentuk pembelian dan penjualan surat-surat berharga.

b. Pasar Valuta Asing

Yaitu tempat bertemunya permintaan dan penawaran terhadap valuta asing atau mata uang negara lain.

c. Pasar atau Bursa Tenaga Kerja

Yaitu tempat bertemunya permintaan dan penawaran yang datang dari tenaga kerja.

d. Pasar atau Bursa Komoditas

Yaitu tempat bertemunya permintaan dan penawaran terhadap barang di pasar dunia, seperti kopi, kakao, CPO (*Crude Palm Oil*) dan sebagainya (Muryanti,2007).

1.5.4 Konsep Strategi Bertahan

Pada awalnya konsep strategi (*strategy*) didefinisikan sebagai berbagai cara untuk mencapai tujuan (*ways to achieve ends*). Konsep ini sesuai dengan perkembangan awal penggunaan konsep strategi yang digunakan dalam dunia militer. Strategi dalam dunia militer adalah berbagai cara yang digunakan oleh panglima perang untuk mengalahkan musuh dalam suatu peperangan (*war*) (Solihin, 2009:69). Strategi adalah rencana bagaimana sebuah organisasi akan melakukan sesuatu yang harus dikerjakan dalam bisnis, bagaimana organisasi akan menang bersaing, dan bagaimana menarik serta memuaskan para pelanggannya agar dapat mencapai tujuannya (Robbins, 2010:213).

Setiap organisasi membutuhkan strategi manakala menghadapi situasi berikut (Tjiptono, 2008:3):

a. Sumber daya yang memiliki batasan.

b. Ada ketidakpastian mengenai kekuatan bersaing organisasi.

- c. Komitmen terhadap sumber daya tidak dapat diubah lagi.
- d. Keputusan-keputusan harus dikoordinasikan antar bagian sepanjang waktu.
- e. Ada ketidakpastian mengenai pengendalian inisiatif.

Strategi memberikan arah bagi semua anggota organisasi. Bila konsep strategi tidak jelas, maka keputusan yang diambil cenderung bersifat subyektif atau berdasarkan instuisi belaka dan mengabaikan keputusan yang lain (Tjiptono,2008:3).

Suharto (2009:29) mendefinisikan strategi bertahan sebagai kemampuan seseorang dalam menerapkan seperangkat cara untuk mengatasi berbagai permasalahan yang melingkupi kehidupannya , strategi penanganan masalah ini pada dasarnya merupakan kemampuan dalam mengelola aset yang dimilikinya. Suharto (2009:31), menyatakan strategi bertahan hidup (*Copying strategies*) dalam mengatasi goncangan dan tekanan ekonomi dilakukan dengan berbagai strategi yaitu:

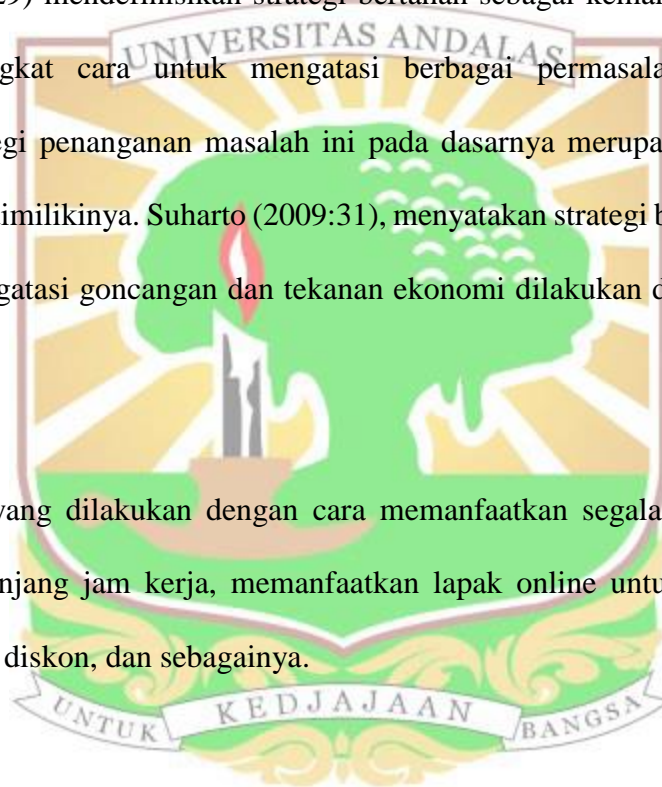
1. Strategi Aktif

Yaitu strategi yang dilakukan dengan cara memanfaatkan segala potensi yang dimiliki. Misalnya: memperpanjang jam kerja, memanfaatkan lapak online untuk meningkatkan angka penjualan, pemberian diskon, dan sebagainya.

2. Strategi Pasif

Yaitu strategi yang dilakukan dengan cara meminimalisir pengeluaran. Misalnya: melakukan aktivitas sendiri atau memperhentikan karyawan dengan maksud mengurangi pengeluaran, pengurangan persediaan barang dagangan, dan sebagainya.

3. Strategi Jaringan



Yaitu strategi yang dilakukan dengan cara memanfaatkan jaringan sosial, menjalin relasi baik formal maupun lingkungan sosialnya dan lingkungan kelembagaan. Misalnya: meminjam uang ke bank atau rentenir, bekerjasama dengan sesama pedagang dalam menjual barang dagangan dan sebagainya (Suharto, 2009:31).

1.5.5 Tinjauan Sosiologis

Teori merupakan abstraksi dari kenyataan yang menyatakan hubungan sistematis antara fenomena sosial. Teori merupakan alat untuk melakukan analisis fenomena. Penelitian mengenai Strategi Bertahan Pedagang Pasca Kebakaran Pasar Atas Kota Bukittinggi dianalisis dengan menggunakan teori tindakan sosial khususnya tindakan rasional instrumental (*zwerk rational*) yang dikemukakan oleh Max Weber. Alasan menggunakan teori ini karena teori tersebut dianggap relevan untuk mengkaji permasalahan dalam penelitian ini.

Menurut Weber, dunia terwujud karena adanya tindakan sosial. Manusia melakukan sesuatu karena mereka memutuskan untuk melakukannya dan ditujukan untuk mencapai apa yang mereka inginkan atau kehendaki. Selanjutnya mereka memilih sasaran dan menghitung keadaan, kemudian memilih tindakan. Menurut Weber, tugas sosiolog adalah menafsirkan tindakan menurut makna subyektifnya (Ritzer, 2011:40).

Teori tindakan sosial merupakan sumbangan dari Max Weber untuk sosiologi adalah teori mengenai rasionalitas. Rasionalitas merupakan konsep dasar yang Weber gunakan dalam klasifikasinya mengenai tipe-tipe tindakan sosial. Tindakan rasional menurut Weber berhubungan dengan pertimbangan yang sadar dan pilihan bahwa tindakan itu dinyatakan.

Tindakan sosial adalah semua tindakan manusia yang berkaitan dengan sejauh mana individu yang bertindak itu memberikan suatu makna subyektif bagi dirinya dan diarahkan kepada tindakan orang lain. Rasionalitas merupakan konsep dasar yang digunakan Weber dalam

klasifikasinya mengenai tipe-tipe tindakan sosial. Tindakan rasional berhubungan dengan pertimbangan yang sadar dan pilihan bahwa tindakan itu dinyatakan. Berdasarkan rasionalitas tindakan sosial, Weber membedakan menjadi empat tipe. Empat tipe tindakan sosial itu adalah:

1. Rasional Instrumental (*Zwerk Rationalitas*)

Tindakan ini merupakan suatu tindakan sosial yang dilakukan seseorang didasarkan atas pertimbangan dan pilihan sadar yang berhubungan dengan tujuan tindakan dan ketersediaan alat yang dipergunakan untuk mencapainya.

2. Rasionalitas Nilai (*Werk Rational*)

Tindakan ini memiliki sifat bahwa alat-alat yang ada hanya merupakan pertimbangan dan perhitungan yang sadar, sementara tujuan-tujuannya sudah ada di dalam hubungannya dengan nilai-nilai individu yang bersifat absolut.

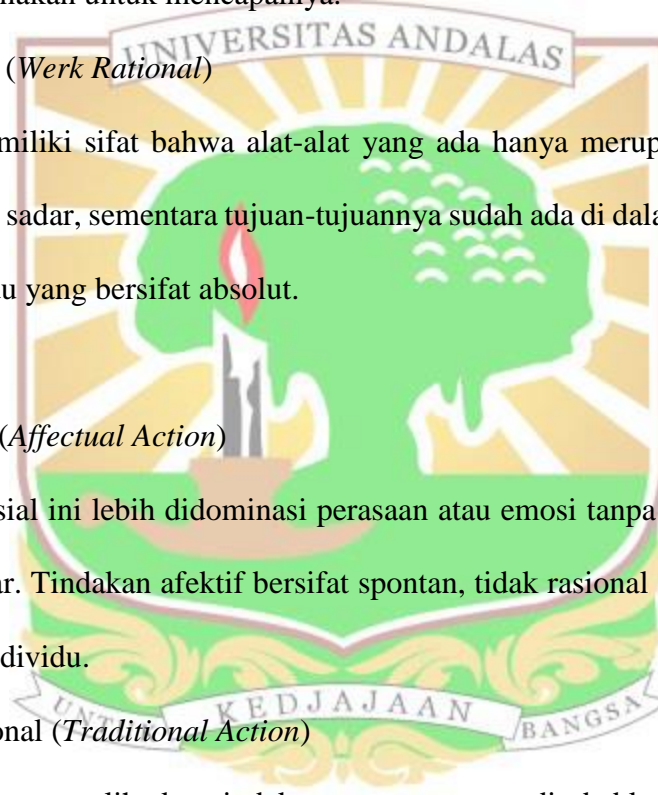
3. Tindakan Afektif (*Affectual Action*)

Tipe tindakan sosial ini lebih didominasi perasaan atau emosi tanpa refleksi intelektual atau perencanaan sadar. Tindakan afektif bersifat spontan, tidak rasional dan merupakan ekspresi emosional dari individu.

4. Tindakan Tradisional (*Traditional Action*)

Tipe tindakan ini memperlihatkan tindakan seseorang yang disebabkan karena kebiasaan yang diperoleh dari nenek moyang, tanpa refleksi yang sadar atau perencanaan.

Tipe tindakan afektif dan tradisional sering hanya menggunakan tanggapan secara otomatis terhadap rangsangan dari luar. Karena itu tidak termasuk kedalam jenis tindakan yang penuh arti yang menjadi sasaran penelitian sosiologi. Namun, adakalanya kedua tipe tersebut dapat berubah

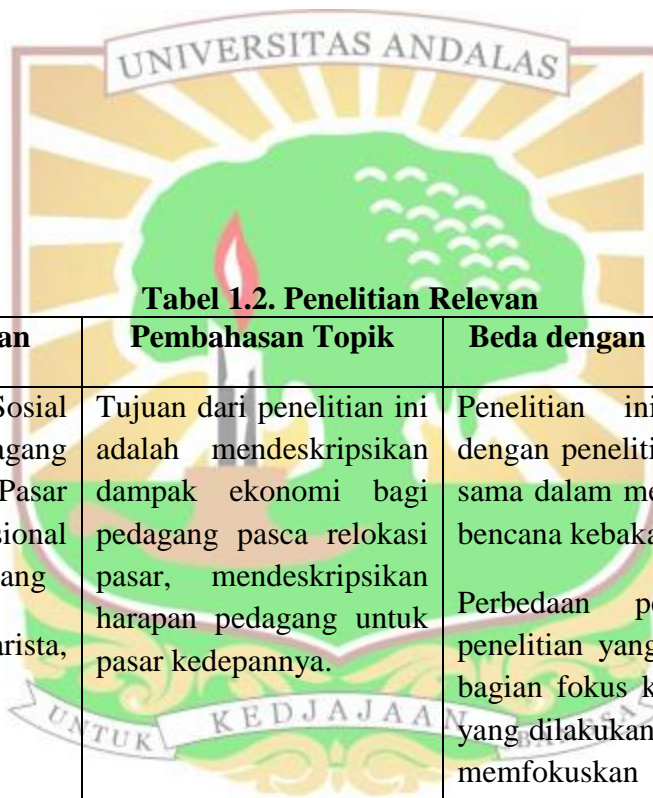


menjadi tindakan yang penuh arti sehingga dapat dipertanggung jawabkan untuk dipahami (Ritzer, 2011:41).

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori tindakan sosial khususnya tindakan sosial rasional instrumental dikarenakan tindakan yang dilakukan seseorang didasarkan atas pertimbangan dan pilihan yang sadar yang berhubungan dengan tujuan dari tindakan dan adanya ketersediaan alat yang digunakan untuk mencapainya sebagaimana tindakan dilakukan untuk bertahan seseorang dalam menghadapi tantangan. Sebagaimana peneliti melihat dari strategi bertahan yang dilakukan oleh pedagang korban kebakaran Pasar Atas Kota Bukittinggi supaya mampu kembali berdagang dan mempertahankan eksistensinya sebagai pedagang pasca bencana kebakaran.

1.5.6 Penelitian Relevan

Penelitian relevan berisikan informasi-informasi yang diperlukan dari jurnal, buku, dan kertas kerja (*working paper*). Penelitian relevan dapat menginformasikan kepada diri sendiri dan pembaca mengenai hasil-hasil studi yang berkaitan erat dengan topik penelitian, menghubungkan studi yang dilakukan dengan studi-studi yang pernah dilakukan sebelumnya, menghubungkan studi yang dilakukan dengan topik yang lebih luas yang sedang dibicarakan, serta menyediakan kerangka atau bingkai untuk penelitian (Afrizal, 2014:122-123).



Tabel 1.2. Penelitian Relevan

No	Judul Penelitian	Pembahasan Topik	Beda dengan Penelitian Sebelumnya
1.	<p>Dampak Sosial Ekonomi Pedagang Pasca Relokasi Pasar di Pasar Tradisional Kota Padang Panjang</p> <p>(Skripsi:Dilla Warista, 2015)</p>	<p>Tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan dampak ekonomi bagi pedagang pasca relokasi pasar, mendeskripsikan harapan pedagang untuk pasar kedepannya.</p>	<p>Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang saya teliti yaitu sama dalam membahas pedagang pasca bencana kebakaran.</p> <p>Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang saya teliti, yaitu pada bagian fokus kajian, dimana penelitian yang dilakukan oleh Dilla Warista lebih memfokuskan pada dampak sosial ekonomi pedagang pasca relokasi pasar akibat bencana kebakaran sedangkan penelitian yang saya teliti lebih memfokuskan pada strategi bertahannya pedagang pasca bencana kebakaran pasar, lokasi penelitian yang dilakukan oleh Dilla Warista ini dilakukan di pasar tradisional Kota Padang Panjang sedangkan penelitian yang akan saya teliti akan dilakukan di Pasar Penampungan Pasar Atas Kota</p>

			Bukittinggi, dan waktu penelitiannya juga berbeda dimana penelitian Dilla Warista ini dilakukan pada tahun 2015.
2.	Strategi Adaptasi Pedagang <i>Pasa Ateh</i> Bukittinggi Pasca Kebakaran di Pasar Penampungan (Jurnal: Yulia Sandra, 2018)	Penelitian ini memiliki tujuan yaitu untuk menjelaskan dan mendeskripsikan strategi adaptasi pedagang <i>Pasa Ateh</i> Bukittinggi pasca kebakaran di pasar penampungan.	<p>Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang saya teliti yaitu sama dalam membahas strategi pedagang pasca kebakaran pasar.</p> <p>Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang diteliti, yaitu pada bagian fokus kajian, dimana penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini lebih memfokuskan pada strategi adaptasi pedagang pasca kebakaran di pasar penampungan sedangkan penelitian yang saya teliti lebih memfokuskan pada strategi bertahan yang dilakukan pedagang dalam mempertahankan keberadaan dan perekonomiannya pasca bencana kebakaran.</p>
3.	Strategi Bertahan Hidup Pedagang Kaki Lima (PKL) (Jurnal: Muhammad Hayat)	Penelitian ini memiliki tujuan penelitian yaitu menjelaskan bagaimana pedagang kaki lima berstrategi agar bisa tetap hidup dan mempertahankan diri di tengah persaingan di kota besar.	<p>Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang saya teliti yaitu sama dalam membahas strategi bertahan yang harus dilakukan pedagang dalam menghadapi tantangan dalam usaha.</p> <p>Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang saya teliti, yaitu pada bagian fokus kajian, dimana penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini lebih memfokuskan pada strateginya pedagang sebagai pedagang kaki lima di kota besar sedangkan penelitian yang saya teliti lebih memfokuskan pada strategi bertahan yang dilakukan pedagang dalam mempertahankan perekonomian dan keberadaannya pasca</p>

			bencana kebakaran, lokasi dan waktu penelitian juga berbeda. Lokasi penelitian ini dilakukan di Pasar Demangan, Yogyakarta dan penelitian dilakukan pada tahun 2011.
4.	Strategi Bertahan Hidup Pedagang Asongan di Stasiun Lempuyangan Yogyakarta Dan Balapan Solo (Nur Hidayah)	Penelitian ini memiliki tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui strategi yang digunakan oleh para pedagang asongan dalam mempertahankan kelangsungan hidupnya.	Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang saya teliti yaitu sama dalam hal membahas strategi bertahan yang dilakukan pedagang supaya mampu bertahan untuk kelangsungan hidup / usahanya. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang saya teliti yaitu pada bagian fokus kajian, dimana penelitian yang dilakukan oleh Nur Hidayah ini memfokuskan kajiannya pada strategi bertahan hidup pedagang asongan sedangkan pada penelitian saya memfokuskan kajian pada strategi yang harus dilakukan oleh pedagang pasar pasca bencana kebakaran pasar dalam mempertahankan usahanya. Lokasi dan waktu penelitian juga berbeda, dimana penelitian yang dilakukan oleh Nur Hidayah dilakukan di Stasiun Lempuyangan Yogyakarta dan Balapan Solo pada tahun 2008.

1.6 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, merupakan metode penelitian ilmu-ilmu sosial yang mengumpulkan dan menganalisis data berupa kata-kata (lisan maupun tulisan) dan perbuatan-perbuatan manusia serta peneliti tidak berusaha menghitung atau mengkuantifikasikan

data kualitatif yang telah diperoleh dan dengan demikian tidak menganalisis angka-angka. Namun, tidak berarti dalam penelitian kualitatif para peneliti tabu dengan angka-angka. Para peneliti yang menggunakan metode penelitian kualitatif perlu mengumpulkan dan menganalisis angka-angka apabila diperlukan. Akan tetapi, angka-angka tersebut tidaklah data utama dalam penelitiannya. Dalam artian, data kuantitatif digunakan sebagai pendukung argumen, interpretasi atau laporan penelitian (Afrizal, 2014:13). Penelitian kualitatif memfokuskan kajiannya pada upaya penangkapan bagaimana individu-individu memandang dirinya dan realitas sosial untuk menjelaskan mengapa mereka melakukan sesuatu atau melakukan sesuatu dengan cara tertentu (Afrizal, 2014:26).

Metode penelitian kualitatif berguna untuk pemahaman yang lebih mendalam tentang makna (arti subyektif dan penalaran) dan konteks tingkah laku serta proses yang terjadi pada faktor-faktor yang berkaitan dengan tingkah laku tersebut, dan berguna untuk mengungkapkan proses kejadian secara mendetail, sehingga diketahui dinamika sebuah realitas sosial dan saling mempengaruhi berbagai realitas sosial. Selain itu, metode penelitian kualitatif juga berguna untuk mengetahui realitas sosial dari sudut pandang aktor (Afrizal, 2014:38).

Jadi, metode penelitian kualitatif sangat cocok digunakan dalam penelitian ini karena mampu mengkaji pandangan individu terhadap dirinya dan realitas sosial yang terjadi supaya dapat menjelaskan alasan mereka melakukan sesuatu dan melakukan sesuatu dengan cara tertentu, khususnya mengkaji secara teoritis mengenai strategi bertahan pedagang pasca bencana kebakaran dan alasan memilih strategi tersebut. Oleh karena itu, realitas sosial yang terjadi tidak bisa disamakan dengan benda dan tidak bisa pula dikuantifikasikan.

1.6.1 Pendekatan dan Tipe Penelitian

Konsep pendekatan penelitian tidaklah sama dengan konsep metode penelitian. Pendekatan penelitian dipahami sebagai sudut pandang yang dipakai oleh para peneliti untuk menjawab permasalahan penelitian. Konsep pendekatan penelitian lebih mengacu kepada perspektif teoretis yang dipakai oleh para peneliti dalam melakukan penelitian sedangkan metode penelitian diartikan sebagai cara pengumpulan dan analisis data yang dipakai oleh peneliti untuk memecahkan masalah dan mencari jawaban atas pertanyaan-pertanyaan penelitian. Penelitian ini mencoba mendiskripsikan strategi bertahan yang dilakukan oleh pedagang korban kebakaran Pasar Atas Kota Bukittinggi dengan menggunakan pendekatan kualitatif (Afrizal, 2014:11).

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah tipe penelitian deskriptif yaitu penelitian yang memberi gambaran yang mendalam, sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta serta hubungan antara fenomena yang diselidiki. Penelitian yang bersifat deskriptif ini berusaha menggambarkan dan menjelaskan secara rinci mengenai strategi bertahan pedagang pasca kebakaran di Pasar Atas Kota Bukittinggi.

1.6.2 Informan Penelitian

Untuk mendapatkan data dan informasi yang berkaitan dengan penelitian, maka diperlukannya informan penelitian. 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, 2014:139).

Ada dua kategori informan diantaranya:

a. Informan Pelaku

Yaitu informan yang memberikan keterangan tentang dirinya, tentang perbuatannya, tentang pikirannya, tentang interpretasinya (maknanya) atau tentang pengetahuannya. Mereka adalah subjek penelitian itu sendiri. Kriteria informan pelaku dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Pedagang korban kebakaran Pasar Atas Kota Bukittinggi
2. Pedagang yang kehilangan barang dagangan dan tempat berdagang
3. Pedagang yang kembali berjualan di pasar penampungan pasca bencana kebakaran

b. Informan Pengamat

Yaitu informan yang memberikan informasi tentang orang lain atau suatu kejadian atau suatu hal kepada peneliti. Mereka dapat disebut saksi suatu kejadian atau pengamat lokal. Dalam beberapa literatur menyebutnya sebagai informan kunci (Afrizal, 2014:139).

Adapun kriteria informan pengamat dalam penelitian ini adalah:

1. Konsumen yang membeli barang dagangan di Pasar Atas Kota Bukittinggi sebelum bencana kebakaran
2. Konsumen yang membeli barang dagangan di pasar penampungan pasca bencana kebakaran.

Peneliti dalam mendapatkan data penelitian ini, menggunakan teknik *purposive sampling*, yakni dengan cara mencari informan-informan yang sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti. Berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan peneliti sebelum melakukan penelitian, peneliti telah mengetahui identitas orang-orang yang akan dijadikan informan penelitiannya sebelum penelitian dilakukan (Afrizal, 2014:140).

Jumlah informan yang diperlukan dalam penelitian ini berdasarkan asas kejenuhan data, ini berarti informasi dari informan-informan dirasakan sudah menyerupai maksud dari permasalahan maka proses pengumpulan data dapat dihentikan, karena sudah mampu menjawab pertanyaan penelitian. Penelitian kualitatif bukan terhadap jumlah informan yang harus diwawancarai, melainkan terhadap kualitas data yang telah dikumpulkan dalam hal ini validitas data (data yang dikumpulkan benar-benar menggambarkan atau menunjukkan sesuatu yang ingin diketahui).

Adapun maksud dari kriteria-kriteria tertentu yang telah peneliti tetapkan berguna untuk memberikan informasi yang sesuai dengan tujuan penelitian(Afrizal, 2014:140).

Dari penelitian yang telah dilakukan, penulis telah mewawancarai 15 orang informan, terdiri dari 11 orang pedagang yang berdagang di pasar penampungan, yang merupakan pedagang dengan jenis barang dagangan yang bervariasi. Pemilihan ini dikarenakan untuk melihat strategi bertahan pedagang dengan berbagai variasi barang dagangan. Selain informan pelaku, peneliti juga mewawancarai informan pengamat yang terdiri dari: 2 orang pembeli dan 2 orang pelanggan.



Tabel 1.3. Daftar Informan Pelaku Penelitian

No	Nama	Usia (Tahun)	Jenis Dagangan	Informan
1.	Rahmawati	45	Pedagang kosmetik	Pelaku
2.	Sari	41	Pedagang kosmetik	Pelaku
3.	Melydia	34	Pedagang pakaian remaja dan dewasa	Pelaku
4.	Debi	35	Pedagang perlengkapan bayi	Pelaku
5.	Jaryani	44	Pedagang pakaian daster	Pelaku
6.	Arif	29	Pedagang perlengkapan olahraga	Pelaku
7.	Yani	34	Pedagang kacamata	Pelaku
8.	Izza	37	Pedagang tas	Pelaku
9.	Heru	25	Pedagang arloji	Pelaku
10.	Darismawati	47	Pedagang aksesoris	Pelaku
11.	Riza	44	Pedagang jilbab	Pelaku

Dari tabel memperlihatkan bahwa informan pelaku dalam penelitian ini terdiri dari pedagang dengan bervariasi jenis barang dagangan, rentang umur antara 25 – 47 tahun dan berjenis kelamin laki – laki maupun perempuan. Selain informan pelaku, peneliti juga memperoleh data penelitian ini yang bersumber dari pengamat, dengan daftar informan pengamat sebagai berikut:

Tabel 1.4. Daftar Informan Pengamat Penelitian

No	Nama	Usia (Tahun)	Alasan	Informan
1.	Elfi Siska	23	Pembeli	Pengamat
2.	Dina	23	Pembeli	Pengamat
3.	Fitri Yanti	40	Pelanggan	Pengamat
4.	Ita	42	Pelanggan	Pengamat

Informan pengamat dalam penelitian ini terdiri dari konsumen yang membeli barang dagangan, yaitu pembeli dan pelanggan, berusia antara 23 – 42 tahun dan berjenis kelamin perempuan.

1.6.3 Data yang Diambil

Dalam sebuah penelitian, sumber data merupakan salah satu komponen yang paling vital. Sebab kesalahan dalam menggunakan dan memahami serta memilih sumber data, maka data yang diperoleh juga menyimpang dari yang diharapkan. Oleh karenanya, penulis harus mampu memahami sumber data mana yang harus digunakan dalam penelitiannya.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian kualitatif adalah berbentuk kata-kata atau gambar yang meliputi transkrip wawancara, fotografi, rekaman video, dokumen personal, memo atau catatan resmi lainnya. Dalam penelitian terkait strategi bertahannya pedagang pasca bencana kebakaran untuk dapat berdagang kembali di pasar penampungan Kota Bukittinggi, penulis memperoleh data dengan melakukan wawancara mendalam dengan para informan dan kemudian didokumentasikan dengan catatan dan foto.

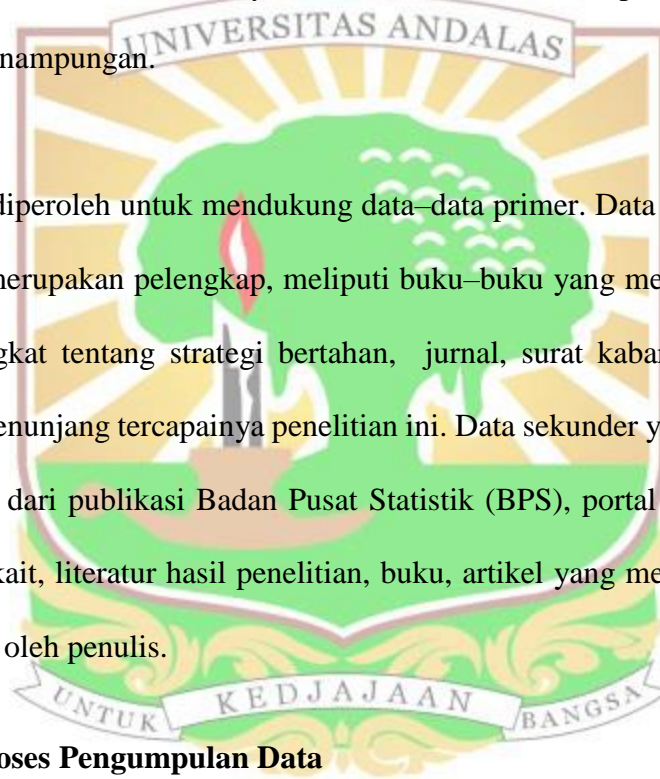
Adapun data yang peneliti ambil di lapangan terdiri atas dua, yaitu:

1. Data primer

Data primer atau data utama merupakan data atau informasi yang didapatkan langsung dari informan penelitian di lapangan. Data primer didapatkan dengan menggunakan teknik observasi dan wawancara mendalam. Data yang diambil dari penelitian ini yaitu terkait dengan strategi yang dilakukan oleh pedagang korban kebakaran dalam bertahan berdagang di pasar penampungan. Data yang dikumpulkan berupa data mengenai opini, pengetahuan dan tindakan mengenai strategi pedagang dalam bertahan dan hambatannya dalam bertahan untuk tetap berdagang pasca bencana kebakaran di pasar penampungan.

2. Data sekunder

Data sekunder diperoleh untuk mendukung data–data primer. Data sekunder diperoleh dari sumber kedua yang merupakan pelengkap, meliputi buku–buku yang menjadi referensi terhadap penelitian yang diangkat tentang strategi bertahan, jurnal, surat kabar, serta dokumen resmi lainnya yang dapat menunjang tercapainya penelitian ini. Data sekunder yang dikumpulkan dalam penelitian ini didapat dari publikasi Badan Pusat Statistik (BPS), portal berita online, dokumen resmi pemerintah terkait, literatur hasil penelitian, buku, artikel yang memiliki relevansi dengan data yang dibutuhkan oleh penulis.



1.6.4 Teknik dan Proses Pengumpulan Data

Sumber data utama dalam penelitian adalah kata-kata dan tindakan. Selanjutnya adalah data-data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Kata-kata dan tindakan yang diamati atau diwawancarai merupakan data utama yang dicatat melalui catatan tertulis atau melalui rekaman video atau audio dan pengambilan foto atau film (Moleong, 2001:112). Adapun untuk memperoleh data dan informasi yang sesuai dengan tujuan penelitian, maka penulis melakukan wawancara mendalam dan observasi.

1. Observasi

Observasi adalah suatu aktivitas pengamatan secara langsung pada objek yang diteliti di lapangan dengan menggunakan panca indera. Peneliti untuk mengetahui sesuatu yang terjadi merasa perlu untuk melihat, mendengarkan, atau merasakan sendiri apa yang sebenarnya terjadi. Jenis observasi yang dipakai dalam penelitian ini adalah *observasi non partisipan*, yaitu teknik pengumpulan data dimana peneliti tidak terlibat dalam setiap kegiatan obyek yang ditelitinya. Peneliti hanya sebagai pengamat dari obyek yang ditelitinya. Data yang diperoleh dari teknik observasi penelitian ini terdiri dari pemberian informasi tentang kegiatan, perilaku, tindakan orang-orang, serta keseluruhan kemungkinan interaksi interpersonal yang merupakan bagian dari pengalaman manusia yang diamati. Hal ini seperti mengamati tingkah laku dan kegiatan pedagang, interaksi antara pembeli dan pedagang, mengamati kondisi tempat pasar penampungan dan lainnya. Alat yang digunakan dalam pengumpulan data dalam teknik observasi ini adalah panca indera yang mengamati strategi yang digunakan oleh pedagang dalam bertahan berdagang di pasar penampungan dan kendala yang dihadapinya.

Peneliti melakukan observasi lapangan pada Senin, 11 Februari 2019 di pasar penampungan yang berlokasi di pelantaran parkir roda empat samping Bioskop Gloria. Hasil observasi yang didapatkan bahwa sebagian pedagang korban kebakaran di pasar penampungan memberlakukan beberapa strategi untuk menarik konsumen, diantaranya yaitu dengan melakukan promosi barang dagangan dengan kertas yang ditempel di depan kios dan promosi secara lisan, mempercantik kiosnya dengan *wallpaper* dinding dan stiker, melakukan penataan barang supaya barang dagangan tersusun dengan rapi, dan lain sebagainya. Selain memperhatikan strategi – strategi yang dilakukan oleh pedagang, peneliti juga melakukan observasi pada proses kegiatan jual beli yang dilakukan oleh pedagang dan pembeli, seperti tawar menawar yang dilakukan, cara pedagang

dalam menawarkan barang dagangan kepada pembeli. Peneliti juga memperhatikan bentuk hubungan yang terjalin antara sesama pedagang, seperti kegiatan tolong menolong dalam berdagang, menukarkan uang, menitipkan kios ketika pergi shalat dan lain sebagainya. Hubungan pedagang dengan pelanggan / pembeli, seperti memperhatikan cara pedagang dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dan pembeli. Selain peneliti melakukan observasi mengenai kegiatan - kegiatan pedagang di pasar penampungan, peneliti juga melakukan observasi pada kondisi pasar penampungan, dimana pasar penampungan ini berada di lokasi yang kurang strategis dari pada dulunya, pasar penampungan memiliki kios yang dikeluhkan oleh pedagang karena berukuran sempit sehingga menyulitkan pedagang untuk menyusun barang dagangannya dan jalan pasar yang menjadi sempit dikarenakan pedagang yang melakukan proses jual beli barang dilakukan di jalan pasar tersebut, pedagang tidak bisa mempersilahkan pedagang untuk melihat dan masuk ke toko seperti saat berdagang di Pasar Atas. Selain itu, kondisi pasar penampungan juga tergenang ketika hujan, hal ini dikarenakan tidak adanya dibuatkan saluran pembuangan air hujan sehingga menyebabkan air hujan masuk dan menggenangi jalan pasar.

Kegiatan observasi juga dilakukan pada Sabtu, 23 Februari 2019 di pasar penampungan yang berlokasi di Belakang Pasar. Di pasar penampungan ini, peneliti juga memperhatikan kegiatan berdagangnya pedagang, strategi- strategi yang dilakukan untuk bertahan seperti penataan barang yang dilakukan, kegiatan jula beli pedagang, hubungan pedagang dengan sesama pedagang. Observasi juga dilakukan pada kondisi lingkungan pasar penampungan, dimana pasar penampungan yang berlokasi di Belakang Pasar ini terlihat lebih sepi daripada pasar penampungan yang berlokasi di pelantaran parkir roda empat samping Bioskop Gloria, banyak kios yang tutup, dan juga jalan menuju pasar ini yang tertutup akibat pedagang di Pasar Lereng yang tidak mau untuk membuka jalan menuju pasar ini.

Observasi juga dilakukan pada tanggal 1 Maret 2019 di pasar penampungan yang berlokasi di Pasar Wisata dan Pasar Putih. Hasil Observasi yang didapatkan hanya melihat kondisi dari pasar penampungan ini saja, dikarenakan peneliti tidak menemukan pedagang yang berdagang pada saat itu. Pasar penampungan yang berlokasi di Pasar Wisata berada di lantai dua dan pasar penampungan yang berlokasi di Pasar Putih berada di lantai 3, kondisi pasar penampungan yang sangat sepi dan juga terdapat tumpukan sampah di bagian pinggir pasar.

2. Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam adalah sebuah wawancara yang dilakukan peneliti dengan tidak menyiapkan susunan pertanyaan dan alternatif jawaban sebelum melakukan wawancara, melainkan berdasarkan pertanyaan umum yang kemudian didetail dan dikembangkan ketika melakukan wawancara atau setelah melakukan wawancara untuk melakukan wawancara berikutnya (Afrizal, 2014:21).

Wawancara mendalam adalah wawancara tidak terstruktur antara pewawancara dengan informan yang dilakukan berulang kali, sebuah interaksi sosial antara pewawancara dengan informan. Dengan berinteraksi dan menggali secara mendalam dapat menjelaskan fakta-fakta yang terdapat pada proses penelitian. Pertemuan dilakukan berulang-ulang agar dapat menghasilkan informasi yang lengkap. Data yang diperoleh dari wawancara terdiri dari kutipan langsung dari orang-orang tentang pengalaman, pendapat, perasaan, dan pengetahuannya yang berhubungan dengan fokus penelitian. Seperti menanyakan bagaimana cara yang dilakukan oleh pedagang dalam bertahan dengan kondisi atau lingkungannya yang baru pasca bencana kebakaran, hambatan

bagi pedagang korban kebakaran dalam bertahan berdagang di pasar penampungan, dampak hambatan bagi pedagang, serta alasan bagi pedagang untuk tetap bertahan berdagang di pasar penampungan (Afrizal, 2014:21).

Dalam pendekatan kepada informan, penulis terlebih dahulu menanyakan kesediaan informan untuk diwawancarai beberapa saat sebelum proses wawancara berlangsung. Setelah disepakati waktu dan tempat wawancara, penulis kemudian mewawancarai informan. Namun ada juga beberapa informan yang tidak langsung diwawancarai saat pertama kali bertemu dikarenakan informan tersebut tidak memiliki waktu untuk diwawancarai pada waktu tersebut.

Saat melakukan wawancara, penulis menggunakan instrumen untuk membantu dalam mengingat proses wawancara yang dilakukan. Instrumen yang digunakan adalah alat tulis, *handphone* sebagai pengambilan foto dan pedoman wawancara (*interview guide*) yang telah disusun sebelum turun ke lapangan dengan arahan dan bantuan dari dosen pembimbing.

Peneliti mendatangi kantor KESBANGPOL Kota Bukittinggi dan mendapatkan surat rekomendasi penelitian yang akan ditujukan kepada Kepala Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Bukittinggi dan Kepala Pasar Penampungan Kota Bukittinggi. Surat izin dari KESBANGPOL Pemerintahan Kota Bukittinggi ini digunakan untuk meminta data terkait dengan penelitian peneliti yaitu mengenai Strategi Bertahan Pedagang Pasca Kebakaran di Kawasan Pasar Atas Kota Bukittinggi.

Pertama kali peneliti mendatangi Kantor Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Bukittinggi dengan bermaksud untuk meminta perizinan terlebih dahulu untuk melakukan penelitian. Peneliti menemui bagian administrasi kantor untuk memberikan surat izin penelitian dan menjadwalkan pertemuan dengan Kepala Bidang Perdagangan. Kemudian, bagian

administrasi memproses surat penelitian yang diajukan dan menyarankan untuk datang kembali dua hari kemudian untuk melakukan wawancara dengan Kepala Bidang Perdagangan.

Peneliti kembali lagi ke Kantor Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Bukittinggi sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan sebelumnya. Bagian administrasi kantor mengantarkan dan memperkenalkan peneliti ke Kepala Bidang Perdagangan Kota Bukittinggi, dan selanjutnya kepada beliau peneliti memperkenalkan diri dan menyampaikan maksud dan tujuan peneliti menemui beliau. Peneliti melakukan wawancara dengan Kepala Bidang Perdagangan yaitu Bapak Herman, yang berlangsung lebih kurang 40 menit. Saat wawancara berlangsung, beliau menyampaikan informasi-informasi yang diketahui secara panjang lebar mengenai pedagang dan pasar penampungan.

Selanjutnya, peneliti melakukan penelitian di Pasar Penampungan Pasar Atas Bukittinggi yang berlokasi di empat titik yaitu: Pasar Wisata, Belakang Pasar, parkir roda empat samping Gloria dan Pasar Putihah. Pada hari pertama (11 Februari 2019), peneliti melakukan penelitian di pasar penampungan yang berlokasi di area parkir roda empat samping Gloria. Penelitian dilakukan lebih kurang selama 5 jam dengan melakukan wawancara dengan 9 orang pedagang, 2 orang pembeli dan 2 orang pelanggan. Pada hari kedua (23 Februari 2019), peneliti melanjutkan penelitian dengan melakukan penelitian di lokasi yang berbeda yaitu Belakang Pasar. Peneliti mewawancarai pedagang sebanyak 2 orang pedagang yang berdagang di sana.

Tabel 1.5. Teknik Pengumpulan Data dan Sumber Data

No.	Tujuan Penelitian	Sumber Data	Teknik Pengumpulan Data	Data yang diambil
1.	Mendeskripsikan bentuk-bentuk strategi bertahan yang dilakukan oleh pedagang pasca kebakaran	Data primer	1. Wawancara mendalam	- Strategi yang dilakukan saat berdagang di pasar penampungan - Kegiatan jual beli pedagang
			2. Obsevasi	- Kegiatan jual beli pedagang - Hubungan antara sesama pedagang
2.	Mendeskripsikan kendala-kendala yang dihadapi pedagang dalam bertahan pasca bencana kebakaran	Data primer	1. Wawancara mendalam	- Kendala yang dihadapi pedagang - Kegiatan pedagang di pasar penampungan
			2. Observasi	- Kondisi pasar penampungan

1.6.5 Unit Analisis

Unit analisis adalah sesuatu yang berkaitan dengan fokus dan komponen yang diteliti, dapat berupa individu, kelompok, organisasi, benda, wilayah, dan waktu tertentu sesuai dengan fokus permasalahan. Dari unit analisis itulah data diperoleh, dalam artian kepada siapa atau apa, tentang apa, proses pengumpulan data diarahkan. 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 permasalahan dan tujuan penelitian. Sesuai dengan fokus penelitian ini yang menjadi unit analisisnya adalah kelompok yang terdiri dari kriteria yang ditentukan, yaitu kelompok (pedagang, pembeli, pelanggan, dan Dinas Pengelola Pasar Atas Bukittinggi) (Moleong, 2001:49).

1.6.6 Analisis Data

Analisis data adalah aktifitas yang terus menerus dilakukan dalam melakukan penelitian kualitatif. Analisis data dilakukan bersama-sama dengan pengumpulan data sehingga pengumpulan data analisa berlangsung dari awal sampai akhir penelitian. Data tersebut sudah dikumpulkan dengan berbagai macam teknik seperti wawancara, observasi, dan pengumpulan dokumen (Afrizal, 2014:176).

Dalam hal ini analisis data yang dilakukan adalah analisis data kualitatif Miles dan Huberman. Miles dan Huberman membagi analisis data menjadi tiga tahap, yaitu tahap kodifikasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan / verifikasi.

Tahap kodifikasi data merupakan tahap pengkodean terhadap data. Pengkodean data adalah peneliti memberikan nama atau penamaan terhadap hasil penelitian. Hasil kegiatan tahap pertama adalah diperolehnya tema-tema atau klasifikasi dari hasil penelitian. Tema-tema atau klasifikasi itu telah mengalami penamaan oleh peneliti. Cara melakukannya adalah peneliti harus menulis ulang setiap catatan-catatan lapangan yang dibuat, setelah itu peneliti membaca keseluruhan catatan lapangan dan memilih informasi yang penting dan yang tidak penting dengan cara memberi tanda-tanda (Afrizal, 2014:178).

Tahap penyajian data adalah tahapan lanjutan analisis dimana peneliti menyajikan temuan penelitian berupa kategori atau pengelompokan. Miles dan Huberman menganjurkan untuk menggunakan matrik dan diagram untuk menyajikan hasil penelitian agar lebih efektif (Afrizal, 2004:179).

Tahap penarikan kesimpulan atau verifikasi adalah suatu tahapan lanjutan dimana pada tahap ini peneliti menarik kesimpulan dari temuan data. Ini adalah interpretasi peneliti atas temuan dari suatu wawancara atau sebuah dokumen. Setelah dokumen diambil, peneliti mengecek kembali

kesahihan interpretasi dengan cara mengecek ulang koding dan penyajian data untuk memastikan tidak ada kesalahan yang telah dilakukan (Afrizal, 2014:180).

1.6.7 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan lokasi dari sebuah penelitian, merupakan tempat dimana penelitian akan dilaksanakan. Tempat tersebut tidak selalu mengacu kepada wilayah, tetapi juga kepada organisasi dan sejenisnya (Afrizal, 2014:128). Dalam penelitian ini lokasi penelitiannya adalah pasar penampungan yang berlokasi di 4 titik, yaitu pelantaran parkir roda 4 samping Bioskop Gloria, Pasar Wisata, Pasar Putih, dan Belakang Pasar. Sebuah pasar penampungan yang didirikan sebagai tempat berdagang sementara bagi pedagang korban bencana kebakaran Pasar Atas Kota Bukittinggi pada 30 Oktober 2017.

Adapun alasan mengapa pemilihan lokasi adalah:

1. Pasar Atas Bukittinggi merupakan pasar sebagai penggerak kehidupan ekonomi masyarakat sekitarnya dan dampak dari kebakaran tersebut mengakibatkan melemahnya perekonomian para pedagang.
2. Pedagang korban kebakaran Pasar Atas Bukittinggi kembali berdagang pasca kebakaran di pasar penampungan dengan kondisinya yang sulit pasca bencana kebakaran.

1.6.8 Definisi Operasional Konsep

1. Strategi Bertahan

Adalah kemampuan atau rangkaian tindakan yang dipilih dalam menerapkan seperangkat cara untuk menghadapi berbagai permasalahan yang melingkupi kehidupan.

2. Pedagang

Adalah orang yang melakukan perdagangan, memperjual belikan barang untuk memperoleh keuntungan.

3. Pasar

Adalah tempat bertemunya pembeli dan penjual untuk melakukan transaksi jual beli barang atau jasa.

1.6.9 Jadwal Penelitian

Jadwal penelitian ini dilakukan selama 6 bulanyang terbagi kedalam beberapa kegiatan, seperti terlihat pada tabel 1.6 sebagai pedoman pelaksanaan dalam menulis karya ilmiah (skripsi) sesuai dengan tabel di bawah ini:

Tabel 1.6. Jadwal Penelitian

Tahun		2019					
No	Nama Kegiatan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul
1.	Penelitian Lapangan	■	■				
2.	Menganalisis Data	■	■		■		
3.	Bimbingan dan Penulisan Skripsi		■	■	■	■	
4.	Ujian Skripsi						■