

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perdagangan merupakan sebuah rangkaian kegiatan yang melibatkan transaksi barang dan/atau jasa, baik di dalam negeri maupun luar negeri untuk mendapatkan imbalan ataupun kompensasi, melalui pengalihan hak atas barang dan/atau jasa¹. Perdagangan memiliki peran strategis dalam dinamika kehidupan sosial ekonomi suatu negara. Sektor ini konsisten memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian Indonesia. Pada tahun 2023 berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) sektor ini berkontribusi sebesar 12,96%² terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia dan mengalami peningkatan menjadi 13.01% pada tahun 2024³.

Pusat aktivitas perdagangan berada di pasar, yaitu lembaga ekonomi tempat bertemunya pembeli dan penjual, baik secara langsung maupun tidak langsung, untuk melakukan transaksi perdagangan⁴. Stephen mendefinisikan pasar sebagai wadah untuk menjual dan mendistribusikan barang serta tempat terjadinya aktivitas perdagangan. Pasar sebagai pusat kegiatan perdagangan berperan strategis dalam pertumbuhan perekonomian, terkhususnya pasar tradisional yang menjadi tempat utama aktivitas ekonomi masyarakat. Hal ini didukung oleh pernyataan Menteri

¹ Undang-Undang Republik Indonesia No. 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan

² Ekon.go.id. 18 April 2024. Miliki Kontribusi Signifikan Bagi Perekonomian Nasional, Menko Airlangga Berharap Sektor Retail Jadi Tulang Punggung di Tengah Ketidakpastian. Diakses di <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5715/miliki-kontribusi-signifikan-bagi-perekonomian-nasional-menko-airlangga-berharap-sektor-retail-jadi-tulang-punggung> Pada 31 Desember 2024

³ Badan Pusat Statistik Indonesia, 2025.

⁴ Undang-Undang Nomor. 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan

Perdagangan Zulkifli Hasan bahwa pasar tradisional merupakan salah satu fondasi ekonomi Indonesia⁵.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 29 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan, pasar tradisional merupakan tempat usaha yang dirancang, 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 UMKM dengan proses jual beli barang melalui tawar-menawar⁶.

Pasar tradisional memiliki fungsi strategis dalam berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan pekerjaan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat, Usaha Kecil dan Menengah (UKM), meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD), penguatan nilai sosial dan budaya, serta menjadi penggerak pertumbuhan ekonomi daerah.

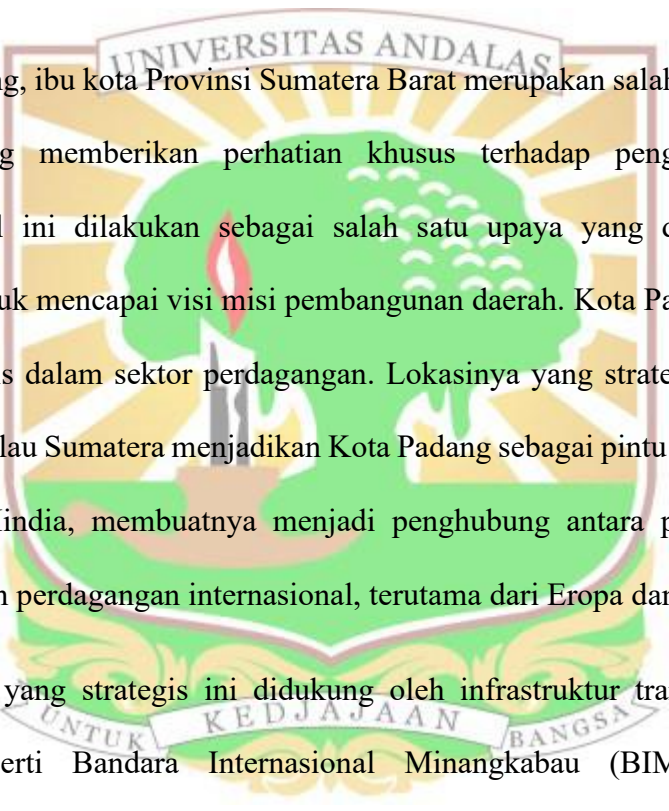
Berkaca kepada pentingnya peran dan fungsinya, maka pemerintah memberikan perhatian khusus terhadap pengelolaan pasar tradisional, hal ini sesuai dengan arahan Peraturan Pemerintah No. 29 Tahun 2021⁷. Pengelolaan pasar tradisional merupakan salah satu bentuk upaya pembangunan dalam rangka meningkatkan perekonomian daerah yang dilakukan oleh pemerintah. Pengelolaan

⁵ Kemendag. 1 Februari 2024. Mendag Sebut Pedagang Pasar Salah Satu Pondasi Ekonomi Nasional. Diakses di <https://www.kemendag.go.id/berita/pojok-media/mendag-sebut-pedagang-pasar-salah-satu-pondasi-ekonomi-nasional> Pada 31 Desember 2024.

⁶ Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 29 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan.

⁷ ibid

pasar tradisional menjadi tanggung jawab pemerintahan di bidang perdagangan, sebagaimana yang dijelaskan dalam UU No. 23 Tahun 2014 Pasal 12 ayat (3) tentang pemerintahan daerah⁸. Dimana dalam pelaksanaannya, pemerintah pusat bekerja sama dengan pemerintah daerah untuk membangun, memberdayakan, dan meningkatkan kualitas pengelolaan pasar tradisional agar tetap kompetitif dan berdaya saing di era modern.⁹



Kota Padang, ibu kota Provinsi Sumatera Barat merupakan salah satu daerah di Indonesia yang memberikan perhatian khusus terhadap pengelolaan pasar tradisional, hal ini dilakukan sebagai salah satu upaya yang dilakukan oleh pemerintah untuk mencapai visi misi pembangunan daerah. Kota Padang memiliki potensi strategis dalam sektor perdagangan. Lokasinya yang strategis, terletak di pesisir barat Pulau Sumatera menjadikan Kota Padang sebagai pintu gerbang utama ke Samudra Hindia, membuatnya menjadi penghubung antara pasar domestik dengan jaringan perdagangan internasional, terutama dari Eropa dan Asia.

Lokasinya yang strategis ini didukung oleh infrastruktur transportasi yang memadai, seperti Bandara Internasional Minangkabau (BIM), Pelabuhan Internasional Teluk Bayur, jalan *by pass*, serta sistem transportasi publik yang terintegrasi sehingga memudahkan proses distribusi barang dan jasa. Keberadaan infrastruktur serta aktivitas perdagangan yang dinamis menjadikan sektor perdagangan sebagai salah satu kontributor utama terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kota Padang dari tahun ke tahun. Hal ini menunjukkan

⁸ Undang-Undang No. 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah

⁹ Undang-Undang No. 7 Tahun 2014

bahwa perdagangan, termasuk aktivitas di pasar tradisional, memiliki peran penting dalam perputaran ekonomi daerah. Kontribusi sektor perdagangan terhadap PDRB Kota Padang dapat dilihat pada tabel 1.1 sebagai berikut.

Tabel 1. 1
Sebaran PDRB Kota Padang

Kategori Lapangan Usaha	Distribusi PDRB (Persen)			
	2020	2021	2022	2023
Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	5,41	5,29	5,12	5,02
Pertambangan dan Penggalian	3,22	3,23	3,11	3,25
Industri Pengolahan	11,87	11,77	11,26	10,88
Pengadaan Listrik dan Gas	0,10	0,10	0,09	0,09
Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	0,15	0,15	0,15	0,14
Konstruksi	10,44	10,12	10,21	10,46
Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	16,41	16,50	17,42	17,41
Transportasi dan Pergudangan	15,66	15,53	15,66	16,09
Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	1,20	1,24	1,33	1,37
Informasi dan Komunikasi	8,22	8,34	8,49	8,49
Jasa Keuangan dan Asuransi	5,14	5,64	5,60	5,27
Real Estate	3,15	3,11	3,13	3,19
Jasa Perusahaan	1,46	1,42	1,40	1,45
Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	7,37	7,37	6,90	6,82
Jasa Pendidikan	5,69	5,54	5,35	5,17
Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	1,89	1,93	1,90	1,96
Jasa lainnya	2,61	2,70	2,86	2,95
Produk Domestik Regional Bruto	100,00	100,00	100,00	100,00

Sumber: BPS Kota Padang, 2024.

Kontribusi positif ini menunjukkan pentingnya peran sektor perdagangan dalam pembangunan daerah di Kota Padang. Oleh karena itu pemerintah Kota Padang berupaya menjadikan sektor perdagangan sebagai salah satu pilar utama dalam pembangunan daerah. Hal ini tergambarkan melalui visi dan misi Pemerintah

Kota Padang yang dapat dilihat pada dokumen Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Kota Padang (RPJMD) Tahun 2019-2024, yaitu untuk mewujudkan masyarakat madani yang berbasis industri, perdagangan dan jasa yang unggul dan berdaya saing tinggi dalam kehidupan perkotaan yang tertib dan teratur”. Lalu visi ini dijabarkan ke dalam tujuh misi pembangunan, salah satunya yaitu untuk mewujudkan Kota Padang sebagai pusat perdagangan dan ekonomi kreatif. Misi ini bertujuan untuk mengoptimalkan peran sektor perdagangan sebagai penggerak utama pertumbuhan ekonomi daerah. Tujuan, sasaran dan strategi pembangunan daerah di Kota Padang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. 2

Tujuan, Sasaran dan Strategi Pembangunan Daerah Kota Padang Tahun 2019-2024

Visi: Mewujudkan Masyarakat Kota Padang Yang Madani Berbasis Pendidikan, Perdagangan Dan Pariwisata Unggul Serta Berdaya Saing		
Misi 4: Mewujudkan Kota Padang sebagai pusat perdagangan dan ekonomi kreatif		
Tujuan	Sasaran	Strategi
Menjadikan Kota Padang menjadi pusat perdagangan di Sumatera Barat	Menjadikan sektor perdagangan sebagai penggerak utama	Mengembangkan pasar raya dan pasar pembantu

Sumber: RPJMD Kota Padang 2019-2024

Berdasarkan tabel 1.2 tersebut dapat diketahui bahwa upaya untuk menjadikan Kota Padang sebagai pusat perdagangan dan ekonomi kreatif dilakukan melalui pengembangan pasar tradisional. Pasar tradisional memiliki peran penting dalam menggerakkan ekonomi masyarakat, baik sebagai tempat distribusi barang

maupun sebagai sumber mata pencaharian masyarakat, serta memiliki peran strategis terhadap pertumbuhan ekonomi daerah Kota Padang. Pengembangan ini dapat dilakukan melalui pengelolaan pasar tradisional yang optimal.

Pengelolaan pasar tradisional berdasarkan Peraturan Daerah Provinsi Sumatera Barat Nomor. 3 Tahun 2016 adalah penataan pasar tradisional yang meliputi perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian pasar. Berkenaan dengan hal ini maka organisasi perangkat daerah (OPD) yang bertanggung jawab adalah Dinas Perdagangan Kota Padang. Hal ini sesuai dengan amanat Peraturan Wali Kota Padang Nomor 31 Tahun 2023 Tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas, Fungsi Dan Tata Kerja Dinas Perdagangan bahwa Dinas Perdagangan merupakan unsur penunjang urusan pemerintahan bidang perdagangan¹⁰.

Dinas Perdagangan Kota Padang sebagai OPD yang memiliki kewenangan dalam pengelolaan sarana perdagangan yaitu pasar tradisional bertanggung jawab atas sembilan pasar tradisional yang berada di bawah pengelolaan pemerintah daerah, hal ini dijelaskan di dalam SK Wali Kota Padang No. 282 Tahun 2022 tentang Kawasan Pasar Rakyat yang Dikelola oleh Pemerintah Daerah, pasar tradisional yang berada di bawah pengelolaan dinas perdagangan Kota Padang dapat dilihat pada tabel sebagai berikut.

¹⁰ Peraturan Wali Kota Padang No. 31 Tahun 2023

Tabel 1. 3

Sebaran Pasar Tradisional yang Dikelola Oleh Pemerintah Kota Padang

No.	Nama Pasar	Pengelola	Lokasi	Luas (M2)
1	Pasar Raya	Pemko Padang	Padang Barat	96.826
2	Pasar Lubuk Buaya	Pemko Padang	Koto Tengah	11.165
3	Pasar Bandar Buat	Pemko Padang	Lubuk Kilangan	6.944
4	Pasar Nanggalo	Pemko Padang	Nanggalo	4.643
5	Pasar Ulak Karang	Pemko Padang	Padang Utara	5.777
6	Pasar Alai	Pemko Padang	Padang Utara	9.294
7	Pasar Simpang Haru	Pemko Padang	Padang Timur	6.745
8	Pasar Belimbing	Pemko Padang	Kuranji	8.764
9	Pasar Tanah Kongsu	Pemko Padang	Padang Selatan	2.000

Sumber: SK Wali Kota Padang No. 282 Tahun 2022

Berdasarkan tabel 1.3 tersebut dapat diketahui bahwa Pasar Raya merupakan pasar tradisional terbesar di Kota Padang dengan luas mencapai 96.826 m². Hal ini menunjukkan bahwa Pasar Raya memiliki skala operasional yang lebih kompleks dibandingkan pasar tradisional lainnya, jumlah pedagang yang lebih banyak dan perputaran ekonomi yang lebih tinggi dibandingkan pasar lainnya.

Maka karena itu penelitian ini akan berfokus kepada strategi Dinas Perdagangan Kota Padang dalam pengelolaan Pasar Raya Padang.

Pasar Raya Padang merupakan pasar induk dari pasar-pasar tradisional di Kota Padang yang berlokasi di Kampung Jao, Kecamatan Padang Barat. Pasar ini sudah berdiri sejak era kolonial Belanda, yang didirikan oleh seorang Kapitan Cina yang bernama Lie Saay. Pasar Raya Padang sempat menjadi pusat perdagangan di Sumatera Barat, Riau dan Jambi pada era 1980-an hingga awal tahun 2000. Pasar raya mulai mengalami kemunduran ketika terminal lintas andalas dihilangkan dan digantikan dengan berdirinya Plaza Andalas. Hal ini membuat pedagang kaki lima yang sebelumnya berjualan di lingkungan terminal, beralih berjualan di bahu jalan pasar, sehingga membuat pasar menjadi kotor dan semrawut. Puncak kemunduran pasar terjadi ketika Kota Padang dilanda gempa besar pada tahun 2009 yang menyebabkan kerusakan parah pada infrastruktur pasar. Saat ini pemerintah Kota Padang berupaya untuk mengembalikan pasar raya kembali ke masa kejayaannya melalui pengelolaan pasar yang optimal, sehingga dapat mewujudkan Kota Padang sebagai pusat perdagangan dan ekonomi kreatif.

Pada pengelolaan pasar raya diperlukan strategi agar pengelolaan dapat dilakukan secara optimal dan efektif. Strategi dalam pengelolaan pasar raya padang dapat dilihat di dalam dokumen Rencana Strategis Dinas Perdagangan Kota Padang pada tabel berikut:

Tabel 1. 4

Tujuan, Sasaran, Strategi dan Kebijakan Dinas Perdagangan Kota Padang

Visi: Mewujudkan Masyarakat Kota Padang Yang Madani Berbasis Pendidikan, Perdagangan Dan Pariwisata Unggul Serta Berdaya Saing				
Misi 4: Mewujudkan kota padang sebagai pusat perdagangan dan ekonomi kreatif				
Tujuan	Sasaran	Strategi	Arah Kebijakan	Kegiatan
Menjadikan sektor perdagangan sebagai penggerak utama perekonomian	Meningkatkan pemanfaatan sarana dan prasarana perdagangan	Peningkatan pengembangan dan perlindungan sarana dan prasarana perdagangan	Melakukan optimalisasi pemanfaatan bangunan dan rehabilitasi pasar	1. Perbaikan sarana dan prasarana yang mengalami kerusakan (pecah/bocor/dll) 2. Renovasi fasilitas pasar yang sudah usang, tidak terawat. 3. Perbaikan riol pasar 4. Pembuatan pintu pengaman
			Peningkatan pembangunan sarana perdagangan melalui revitalisasi pasar	Revitalisasi Pasar Raya Fase VII

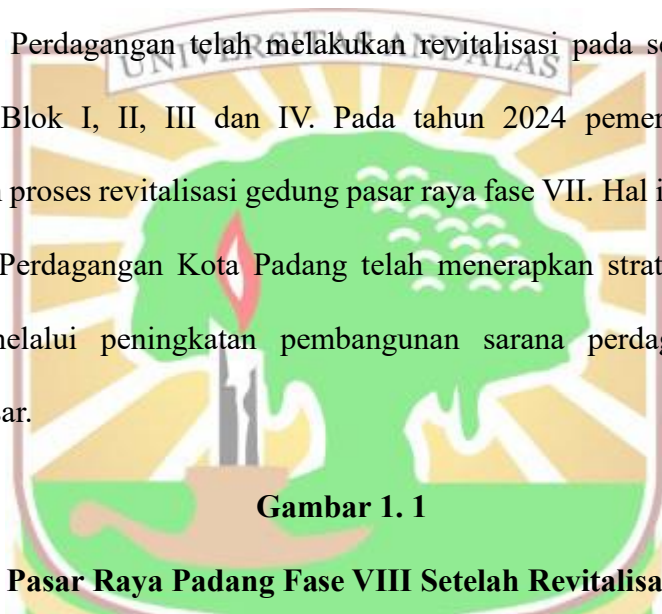
			Mewujudkan pasar tradisional yang sehat dan bersih melalui revitalisasi pasar	1. Pembentukan petugas kebersihan pasar 2. Pembentukan TRANTIB
--	--	--	---	---

Sumber : RENSTRA Dinas Perdagangan Kota Padang 2019-2024

Berdasarkan tabel 1.4 tersebut dapat dilihat bahwa strategi Dinas Perdagangan Kota Padang dalam pengelolaan pasar raya adalah melalui peningkatan pengembangan dan perlindungan sarana dan prasarana perdagangan, yang dijabarkan ke dalam empat kebijakan yaitu optimalisasi pemanfaatan bangunan dan rehabilitasi pasar, peningkatan pembangunan sarana perdagangan melalui revitalisasi pasar, mewujudkan pasar tradisional yang sehat dan bersih melalui revitalisasi pasar serta pembentukan perusahaan umum daerah (PERUMDA) Pasar Raya. Strategi Dinas Perdagangan Kota Padang dalam pengelolaan pasar tradisional ini berpedoman kepada UU No. 7 Tahun 2014. Berdasarkan UU No.7 Tahun 2014 Pasal 13, Pembangunan, pemberdayaan dan peningkatan kualitas pengelolaan pasar tradisional dilakukan sebagai berikut:

1. Pembangunan dan/ atau revitalisasi pasar tradisional.
2. Implementasi manajemen pengelolaan yang profesional.
3. Fasilitasi akses penyediaan barang dengan mutu yang baik dan harga yang bersaing.
4. Fasilitasi akses pembiayaan kepada pedagang pasar di pasar tradisional.

Salah satu upaya yang telah direalisasikan oleh Dinas Perdagangan Kota Padang dalam pengelolaan pasar raya yaitu program revitalisasi pasar. Berdasarkan Permendagri No. 2 Tahun 2019 revitalisasi perdagangan merupakan serangkaian upaya peningkatan atau pemberdayaan sarana dan prasarana fisik, manajemen, sosial budaya, serta ekonomi dari sarana perdagangan¹¹. Untuk memperbaiki infrastruktur pasar yang hancur akibat gempa 2009, pemerintah Kota Padang melalui Dinas Perdagangan telah melakukan revitalisasi pada sejumlah gedung pasar seperti Blok I, II, III dan IV. Pada tahun 2024 pemerintah baru saja menyelesaikan proses revitalisasi gedung pasar raya fase VII. Hal ini menunjukkan bahwa Dinas Perdagangan Kota Padang telah menerapkan strategi pengelolaan pasar raya melalui peningkatan pembangunan sarana perdagangan melalui revitalisasi pasar.



Gambar 1. 1

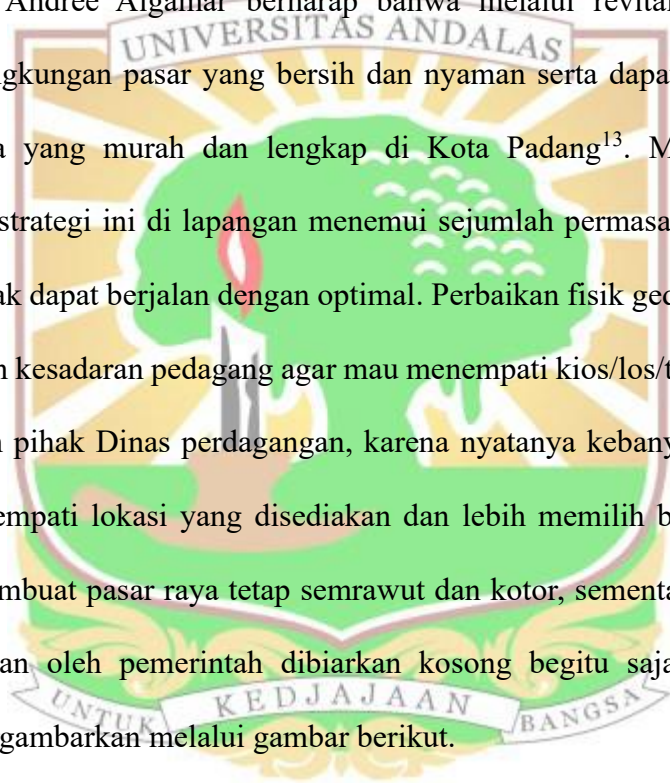
Pasar Raya Padang Fase VIII Setelah Revitalisasi



Sumber: www.Padangkita.com

¹¹ Peraturan Menteri Perdagangan Nomor. 2 Tahun 2019

Pada gambar 1.1. tersebut dapat dilihat penampakan gedung pasar raya fase vii yang baru saja selesai dibangun. Revitalisasi pasar raya fase vii dibiayai oleh APBN senilai 107 miliar rupiah¹². Revitalisasi pasar raya fase vii dimaksudkan untuk menciptakan pasar tradisional yang aman, tertib serta nyaman. Dimana melalui revitalisasi ini diharapkan masyarakat kembali ke pasar tradisional. Pj Wali Kota Padang Andree Algamar berharap bahwa melalui revitalisasi ini dapat terciptanya lingkungan pasar yang bersih dan nyaman serta dapat menjadi pusat wisata belanja yang murah dan lengkap di Kota Padang¹³. Meski demikian, implementasi strategi ini di lapangan menemui sejumlah permasalahan, sehingga strategi ini tidak dapat berjalan dengan optimal. Perbaikan fisik gedung pasar tidak disertai dengan kesadaran pedagang agar mau menempati kios/los/toko yang sudah disiapkan oleh pihak Dinas perdagangan, karena nyatanya kebanyakan pedagang menolak menempati lokasi yang disediakan dan lebih memilih berjualan di tepi jalan yang membuat pasar raya tetap semrawut dan kotor, sementara tempat yang sudah disiapkan oleh pemerintah dibiarkan kosong begitu saja tidak terurus. Kondisi ini tergambarkan melalui gambar berikut.



¹² Elfisha, Miko. 4 November 2024. Pasar Raya Padang Fase VII Selesai Direvitalisasi. Antaranews.com. Diakses di <https://sumbar.antaranews.com/berita/640257/pasar-raya-padang-fase-vii-selesai-direvitalisasi> Pada 12 November 2024

¹³ *ibid*

Gambar 1. 2

Kondisi Los Batu di Pasar Raya Blok IV



Sumber: Dokumentasi peneliti, 2024.

Gambar 1.2 tersebut menunjukkan bagaimana kondisi di lantai dua Blok IV di Pasar Raya setelah direvitalisasi, los batu tersebut direncanakan akan dipergunakan oleh para pedagang daging, namun pedagang menolak untuk berdagang di tempat yang sudah disediakan dan lebih memilih berjualan di tepi jalan. Hal ini sejalan dengan yang disampaikan oleh Bapak Junie Nursyamza, S.STP.,M.P.A, sekretaris Dinas Perdagangan Kota Padang, ia menyampaikan bahwa Dinas Perdagangan sudah berupaya semaksimal mungkin untuk melakukan pembangunan di pasar tradisional dan menyediakan sarana yang lebih baik di pasar tradisional terkhususnya pasar induk yaitu pasar raya, namun pedagang lebih memilih berdagang di bahu jalan dibandingkan di tempat yang sudah disediakan oleh pihak dinas perdagangan.

“...kita sudah banyak melakukan pembangunan, terutama di pasar raya, namun kembali lagi kepada keengganan dari pedagang untuk mengisi tempat yang disediakan karena cara berfikir yang masih konvensional sehingga otomatis semua mau berjualan di lantai satu, harus dekat dengan jalan raya, akhirnya kendala kita selalu menertibkan orang-orang agar tidak berjualan di zona yang terlarang” (wawancara dengan Junie Nursyamza, S.STP.,M.P.A Pada 21 Oktober 2024).

Kurangnya pengawasan yang dilakukan oleh Dinas Perdagangan Kota Padang turut mempengaruhi tidak optimalnya strategi ini, sebagaimana hasil temuan dari penelitian yang dilakukan oleh Fevy Okthajoanda Pada Tahun 2019 tentang “Pengawasan Dinas Perdagangan Terhadap Pemanfaatan Blok I-IV Di Pasar Raya Kota Padang” disimpulkan bahwa pengawasan pada pemanfaatan blok i, ii, iii dan iv belum dilaksanakan dengan baik. Mengenai hal ini Junie Nursyamza, S.STP.,M.P.A menyampaikan bahwa dalam pengawasan pihak dinas tidak bisa memberikan sanksi yang terlalu keras kepada pedagang yang melanggar tersebut karena dikhawatirkan memunculkan masalah baru.

“...ketika kita terapkan terlalu keras, mereka berpindah ke pasar kaget atau pasar tumpah sehingga itu yang kita khawatirkan ketika mereka tidak tertata di luar sana malah akan menambah semrawut kota” (wawancara dengan Junie Nursyamza, S.STP.,M.P.A Pada 21 Oktober 2024).

Permasalahan lainnya yang ditemukan di lapangan dalam pengelolaan pasar raya ini adalah para pedagang yang menjajakan barang dagangannya di lorong-lorong pasar, sehingga membuat akses jalan bagi masyarakat menjadi semakin kecil dan tidak nyaman. Kondisi ini membuat masyarakat menjadi tidak nyaman ketika berbelanja di Pasar Raya terutama ketika kondisi pasar ramai hal ini membuat akses

jalan terganggu sehingga masyarakat harus berdesak desakan di lorong sempit. Kondisi ini tergambarkan melalui gambar berikut.

Gambar 1. 3

Penampakan Lorong di Pasar Raya Fase I - VI



Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2024.

Bentuk lain belum optimalnya pelaksanaan pengelolaan pasar raya yaitu masalah kebersihan dan kenyamanan yang hingga saat ini belum terselesaikan. Hingga saat ini di Pasar Raya Padang masih banyak ditemukan sampah yang berserakan, kondisi ini membuat pasar menjadi kotor dan bau sehingga membuat masyarakat tidak nyaman berkunjung ke pasar raya¹⁴. Tidak optimalnya pengelolaan di pasar raya Padang juga terlihat dari banyaknya jumlah pedagang tidak aktif di pasar raya padang. Hal ini dapat dilihat pada tabel jumlah petak toko/kios/los yang terdapat di Pasar Raya Padang sebagai berikut.

¹⁴ Meilina, S., & Handrina, E. (2023). Pelaksanaan Pengelolaan Sampah Di Pasar Raya Padang. *JAPAN: Jurnal Administrasi Dan Pemerintahan*, 1(1).

Tabel 1. 5

List Petak Toko di Pasar Raya Padang

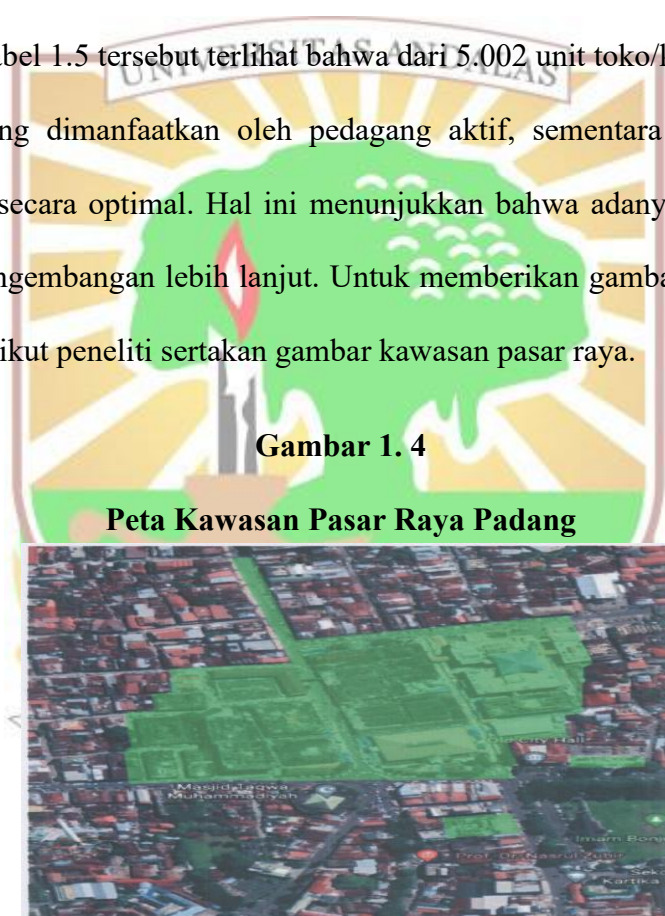
Nama Pasar	Toko/Kios/Meja Batu/Counter/Lapak		
	Aktif	Tidak Aktif	Total
1. Blok I			
Lantai I	206	33	239
Lantai II	30	0	30
Lantai III	6	0	6
2. Blok II			
Basement	179	0	179
Lantai I	345	14	359
Lantai II	40	396	436
3. Blok III			
Basemen	157	143	300
Lantai I	195	62	257
4. Blok IV			
Lantai I	67	0	67
Fase I lantai 1	136	0	136
Fase I lantai 2	54	0	54
Fase II Lantai 1	108	0	108
Fase II Lantai 2	70	4	74
Fase III Lantai 1	125	0	125
Fase III Lantai 2	55	0	55
Fase IV Lantai 1	156	0	156
Fase IV Lantai II	38	3	41
Fase V Lantai I	63	0	63
Fase V Lantai II	27	0	27
Fase VI Lantai I	74	0	74
Fase VI Lantai II	58	0	58

Fase VII Lantai I	285	89	374
Fase VII Lantai II	12	5	17
Blok A Lantai I	182	0	182
Blok A Lantai II	45	15	60
Blok B Lantai 1 (Pasar Raya Barat Tahap I)	57	5	62
Blok B Lantai 2 (Pasar Raya Barat Tahap I)	21	6	27
Blok C Lantai 1 (Pasar Raya Barat Tahap I)	123	1	124
Blok C Lantai 2 (Pasar Raya Barat Tahap I)	55	16	71
Blok D I/D II (Pasar Raya Barat Tahap I)	29	0	29
Blok E Lantai 1 (Pasar Raya Barat Tahap I)	21	0	21
Lapangan Lantai 1 (Pasar Raya Barat Tahap I)	15	0	15
Duta Merlin Lantai I (Pasar Raya Barat Tahap II)	106	0	1
Duta Merlin Lantai 2 (Pasar Raya Barat Tahap II)	37	0	37
Koppas Plaza Lantai I (Pasar Raya Barat Tahap III)	125	6	131
Koppas Plaza Lantai 2 (Pasar Raya Barat Tahap III)	13	0	13
Atom Shopping Center Lantai 1	94	0	94
Atom Shopping Center Lantai 2	88	0	88
Rajawali Lantai 1 (Pasar Raya Barat)	22	0	22
Rajawali Lantai 2 (Pasar Raya Barat)	6	0	6
Blok Bagonjong	46	0	46
PKL Jl. Sandang Pangan Bagian Timur	108	0	108
PKL Jl. Sandang Pangan Bagian Barat	81	23	104
PKL Jl. Pasar Raya Bagian Timur	104	0	104

PKL Pelataran Parkir Fase VII	66	0	66
PKL Jl. Pasar Raya Bagian Barat	92	5	97
PKL Twin Lite Fase VII	83	0	83
PKL Gang brita	12	1	13
PKL Gang Rajawali	22	0	22
Pertokoan IPPI	24	0	24
PKL Letter U	12	0	12

Sumber: www.Pasarami.Padang.go.id

Berdasarkan tabel 1.5 tersebut terlihat bahwa dari 5.002 unit toko/kios/los terdapat 4.075 unit yang dimanfaatkan oleh pedagang aktif, sementara sisanya belum dimanfaatkan secara optimal. Hal ini menunjukkan bahwa adanya potensi untuk melakukan pengembangan lebih lanjut. Untuk memberikan gambaran umum area pasar raya, berikut peneliti sertakan gambar kawasan pasar raya.



Gambar 1. 4

Peta Kawasan Pasar Raya Padang

Sumber: SK Wali Kota Padang No. 282 Tahun 2022

Adanya permasalahan dalam pengelolaan pasar raya ini juga dapat dilihat dari tidak sinkronnya data pedagang yang dimiliki oleh pihak dinas perdagangan. Berdasarkan temuan peneliti di lapangan, pihak dinas perdagangan tidak memiliki data pasti para pedagang yang berjualan di pasar raya, sehingga menimbulkan

kondisi dimana ketika pedagang tersebut sudah tutup namun ia tidak melapor kepada pihak dinas perdagangan dan menyewakannya kepada pihak ketiga tanpa sepengetahuan dan seizin pihak dinas perdagangan, dimana hal ini bertentangan dengan regulasi yang ada. Sehingga data pedagang menjadi tidak valid dan ini akan berpengaruh kepada pendapatan retribusi pasar raya. Data pendapatan retribusi pasar raya tercantum pada tabel di bawah ini.

Tabel 1. 6
Target dan Realisasi Retribusi Pasar Raya Tahun 2019-2023

Tahun	Target (Rp)	Realisasi (Rp)
2019	966.144.888	685.350.896
2020	966.144.888	857.763.588
2021	1.112.645.382	937.881.387
2022	1.320.424.584	1.128.026.888
2023	1.320.424.584	1.089.373.924

Sumber: UPTD Pasar Raya Padang, 2024.

Berdasarkan tabel 1.6 tersebut terlihat bahwa terjadi peningkatan pendapatan retribusi dari tahun 2019 hingga tahun 2022 namun walaupun begitu dapat dilihat bahwa target dari pendapatan retribusi selalu tidak tercapai dalam beberapa tahun terakhir, selain itu dapat juga terlihat pada tahun 2023 terjadi penurunan pendapatan retribusi walaupun target pada tahun 2023 masih sama dengan target pada tahun 2022. Hal ini menunjukkan adanya permasalahan dalam pengelolaan pasar raya padang, karena Retribusi pasar tradisional pada umumnya digunakan sebagai indikator untuk menilai efektivitas pengelolaan pasar. Hasil penelitian

menunjukkan bahwa penurunan pendapatan retribusi dapat mencerminkan masalah dalam pengelolaan pasar, seperti kurangnya pengunjung dan transaksi¹⁵.

Pasar Raya Padang hingga saat ini masih dihadapkan pada berbagai permasalahan internal yang berlarut-larut, hal ini diperburuk dengan belum optimalnya pengelolaan yang diterapkan. Hal ini tercerminkan dari belum mampunya pasar raya untuk memperoleh sertifikasi SNI (Standar Nasional Indonesia), yaitu tolak ukur dasar dalam menciptakan pasar tradisional yang berkualitas dan berdaya saing di era modern. Sertifikasi SNI bukanlah sekedar formalitas administratif, melainkan bentuk pengakuan resmi atas terpenuhinya standar pengelolaan yang baik. Berdasarkan Permendagri No. 2 Tahun 2019 tentang Pedoman Pembangunan dan Pengelolaan Sarana Perdagangan, SNI pasar tradisional yaitu standar yang ditentukan oleh Badan Standardisasi Nasional (BSN) untuk memastikan kualitas pelayanan publik di pasar. Dengan demikian, pasar yang mendapatkan SNI dapat dikatakan telah dikelola dengan baik dan memenuhi kriteria sebagai pasar tradisional yang tertib, bersih, sehat dan aman.

Namun demikian, diantara sembilan pasar yang dikelola Dinas Perdagangan, hanya dua pasar yang berhasil memperoleh sertifikat SNI, yakni pasar alai dan pasar tanah kongsi. Sementara itu, pasar raya padang sebagai pasar induk yang seharusnya menjadi patokan dalam pengelolaan pasar tradisional, belum mampu memenuhi standar tersebut. Kondisi ini menegaskan bahwa strategi pengelolaan yang diterapkan belum mampu menciptakan sistem pengelolaan yang efektif, efisien

¹⁵ Sugiarti Wigunani, p. (2023). Pengelolaan Pasar Tradisional Oleh Pemerintah Desa Mangunjaya Kecamatan Mangunjaya Kabupaten Pangandaran.

dan profesional. Jika pemerintah bertekad untuk kembali menjadikan Pasar Raya sebagai pusat perdagangan utama, maka pemenuhan standar SNI menjadi langkah krusial dan strategi pengelolaan yang ada perlu ditinjau lebih dalam.

Pada perkembangannya, permasalahan dan tantangan yang dihadapi oleh Pasar Raya Padang di era modern ini menjadi semakin kompleks. Dalam pengelolaan pasar raya, pihak Dinas Perdagangan harus turut memperhatikan fenomena perubahan pola konsumsi masyarakat, dimana saat ini masyarakat modern lebih nyaman berbelanja di pasar modern, hal ini tergambarkan dari cepatnya pertumbuhan pasar modern. AC Neilson dalam penelitiannya menyatakan bahwa pertumbuhan pasar tradisional mengalami penurunan hingga 8% sementara pertumbuhan pasar modern mengalami kenaikan hingga 31,4%¹⁶. Pasar modern mampu menggeser eksistensi pasar tradisional dengan menawarkan fasilitas yang lebih baik dan lebih canggih dibandingkan pasar tradisional, kebersihan yang lebih terjaga, dan rasa aman dalam berbelanja¹⁷. Sementara dilain sisi kondisi pasar raya padang terkenal dengan citra kotor, bau dan semrawut sehingga menyebabkan masyarakat kurang nyaman dalam berbelanja¹⁸. Menurut Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 29 Tahun 2021, pasar modern merupakan pasar yang didirikan oleh pemerintah, swasta, atau koperasi yang bentuk usahanya mencakup pusat perbelanjaan seperti mal, swalayan, *department store*, *shopping centre*, minimarket,

¹⁶ Dewi, D. S. (2020). Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pendapatan Para Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus di Desa Tanggul Angin Kecamatan Punggur) (Doctoral dissertation, IAIN Metro).

¹⁷ Moku, T. M., Nayoan, H., & Sampe, S. (2021). Peran Pemerintah Dalam Pemberdayaan Pasar Tradisional Guna Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat (Studi Kasus Di Pasar Langowan Timur Kecamatan Langowan Timur). *Governance*, 1(2).

¹⁸ *ibid*

waralaba, toko serba ada dan sejenisnya, dimana pengelolaannya dilakukan secara modern, mengutamakan kenyamanan berbelanja dengan sistem manajemen terpusat, bermodal relatif kuat dan dilengkapi dengan label harga yang pasti¹⁹. Pesatnya pertumbuhan pasar modern sendiri dapat dilihat dari maraknya bermunculan pasar-pasar modern di Kota Padang, baik dalam bentuk mall seperti basko grand mall, supermarket dan minimarket.

Perkembangan *e-commerce* yang sangat pesat juga harus menjadi perhatian pemerintah dalam penerapan strategi pengelolaan pasar raya, karena saat ini masyarakat cenderung berbelanja secara online karena lebih nyaman dan murah dibandingkan di pasar tradisional yang kotor dan semrawut. Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia (KOMINFO) menjelaskan yang dimaksud dengan *e-commerce* yaitu proses transaksi melalui sistem elektronik seperti internet dan jaringan komputer lainnya. Menurut salah seorang pedagang di pasar raya, saat ini para pedagang tengah kesulitan untuk bersaing dengan harga barang di *e-commerce*, karena modal yang dikeluarkan jauh lebih besar. Para pedagang juga mengeluhkan adanya penurunan pendapatan akibat menurunnya jumlah masyarakat yang berbelanja langsung di pasar.²⁰ Hal ini didukung melalui hasil laporan Digital 2024 Global Overview yang dirilis oleh *We Are Social* dan *Meltwater* pada Januari 2024, jumlah masyarakat di Indonesia yang berbelanja di *e-commerce* adalah sebesar 59%, hal ini menunjukkan bahwa pola konsumsi

¹⁹ *Ibid*

²⁰ Matondang, Atik Risalah. 23 November 2023. "Miris, Maraknya Masyarakat Belanja Online, Pelanggan di Pasar Raya Sepi", Infosumbar. <https://infosumbar.net/berita/beritasumbar/padang/miris-maraknya-masyarakat-belanja-online-pelanggan-di-pasar-raya-sepi/> Diakses pada 13 November 2024.

masyarakat sudah mulai berubah²¹. Besarnya nilai transaksi di *e-commerce* dapat dilihat pada tabel sebagai berikut.

Tabel 1. 7

Pasar E-Commerce Di Indonesia Periode 2019-2023

No.	Tahun	Nilai
1	2019	Rp 396,6 triliun
2	2021	Rp 761,42 triliun
3	2022	Rp 920,05 triliun
4	2023	Rp 983,51 triliun

Sumber: Statista (Diolah PDSI, Kementerian Perdagangan)

Berdasarkan data *The gross merchandise value* (GMV) atau total nilai penjualan barang atau jasa yang diproses melalui platform *e-commerce* dalam periode tertentu tersebut diketahui bahwa aktivitas transaksi *e-commerce* di Indonesia mengalami pertumbuhan volume transaksi dari tahun ke tahun. Data-data tersebut menunjukkan perubahan pola konsumsi masyarakat di Indonesia. Hal ini membuktikan adanya ancaman nyata terhadap eksistensi pasar tradisional di era modern ini termasuk Pasar Raya Padang.

Berdasarkan fakta, data dan informasi tersebut peneliti berasumsi bahwa pada pengelolaan pasar raya padang, Dinas Perdagangan Kota Padang perlu

²¹ Putri, Nadia.k. 27 Februari 2024. We Are Social: 59 persen pengguna internet Indonesia hobi belanja online. Techinasia.com. Diakses di <https://id.techinasia.com/indonesia-hobi-belanja-online#:~:text=27%20Feb%202024,We%20Are%20Social:%2059%20persen%20pengguna%20internet%20Indonesia%20hobi%20belanja,online%20dengan%20medium%20selain%20ponsel.> Pada 13 November 2024.

membahas lebih lanjut mengenai strategi yang dilakukan dalam pengelolaan pasar raya padang ini. Sebagaimana yang dijelaskan dalam teori inti strategi Richard P. Rumelt, hal pertama yang harus dilakukan adalah diagnosis, pihak Dinas perdagangan perlu mengidentifikasi akar pokok dari permasalahan internal dalam pengelolaan pasar raya serta memperhatikan ancaman dan tantangan persaingan dengan pasar modern dan *e-commerce*. Selanjutnya adalah kebijakan penuntun, yaitu membahas hasil diagnosis setelah turun lapangan sehingga Dinas Perdagangan Kota Padang bisa menentukan kebijakan yang tepat dalam pengelolaan pasar raya padang. Kemudian Langkah terakhir yang perlu dilakukan adalah tindakan koheren berupa langkah konkret yang diambil oleh Dinas Perdagangan untuk menerapkan kebijakan penuntun secara efektif sehingga pengelolaan pasar raya padang dapat berjalan dengan optimal dan efektif.

Melihat fenomena di lapangan maka kajian strategi pengelolaan pasar raya ini penting untuk dilakukan. Sebagai fasilitas publik, Pasar Raya memiliki peran vital dalam perekonomian Kota Padang, terutama bagi pedagang dan masyarakat kelas menengah ke bawah yang menggantungkan mata pencahariannya di pasar raya. Namun, belum optimalnya pengelolaan pasar raya membuat fungsinya sebagai pusat perdagangan yang representatif dan layak tidak terlihat. Pemerintah memiliki tanggung jawab untuk menghadirkan pasar tradisional yang tidak hanya memenuhi standar infrastruktur dan layanan publik, tetapi juga mampu bersaing di tengah perubahan ekonomi dan pola konsumsi masyarakat modern saat ini. Kajian ini juga menjadi semakin penting untuk dilakukan di era modern ini, karena disaat Pasar Raya masih terjebak dalam berbagai permasalahan, pasar modern dan *e-commerce*

terus berkembang dengan sistem yang lebih tertata dan teknologi yang semakin canggih.

Peneliti memilih penelitian ini karena peneliti berasumsi bahwa pihak dinas perdagangan kota padang mengalami kendala dalam pelaksanaan strategi pengelolaan pasar raya padang. Hal ini dikarenakan banyaknya faktor di lapangan yang mempengaruhi pelaksanaan strategi pengelolaan oleh dinas perdagangan kota padang serta munculnya berbagai tantangan seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi membuat dinas perdagangan kota padang kesulitan dalam melakukan pengelolaan pasar raya padang. Sehingga dibutuhkan kajian teoritis berdasarkan teori Richard P. Rumelt untuk mendiagnosis akar permasalahan yang ada, dan berdasarkan diagnosis tersebut, kebijakan penuntun merumuskan langkah-langkah strategis untuk meningkatkan daya saing pasar, misalnya melalui optimalisasi sarana atau inovasi pelayanan. Serta tindakan koheren berupa implementasi kebijakan yang selaras dan terkoordinasi, memastikan strategi pengelolaan pasar dapat efektif dalam menghadapi tantangan dan menciptakan pasar yang berdaya saing.

Berdasarkan paparan tersebut peneliti tertarik untuk meneliti strategi pengelolaan pasar raya padang untuk melihat berbagai tantangan dan upaya yang telah dilakukan oleh Dinas Perdagangan Kota Padang. Untuk memahami efektivitas strategi yang diterapkan, penelitian ini akan dianalisis menggunakan teori strategi Richard P. Rumelt, yang terdiri dari tiga elemen utama, yaitu diagnosis, kebijakan penuntun, dan tindakan koheren. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang sistematis mengenai pelaksanaan strategi yang diterapkan dalam

pengelolaan Pasar Raya Padang serta mengidentifikasi peluang perbaikan sebagai evaluasi guna mewujudkan pasar tradisional yang lebih tertata, kompetitif, dan berdaya saing.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang tersebut maka peneliti akan meneliti persoalan ini dengan rumusan masalah “Bagaimana Strategi Pengelolaan Pasar Raya Padang oleh Dinas Perdagangan Kota Padang?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah maka tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisa bagaimana Strategi Pengelolaan Pasar Raya Padang oleh Dinas Perdagangan Kota Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan perkembangan terhadap bidang ilmu pengetahuan dan memperkaya ilmu pengetahuan terkhususnya Ilmu Administrasi Publik.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mendeskripsikan bagaimana Strategi Pengelolaan Pasar Raya Padang Oleh Pemerintah Kota Padang dan diharapkan dapat membantu dan menjadi bahan rujukan bagi Dinas Perdagangan Kota Padang dalam mengelola pasar raya padang.