



Strategi Bertahan Pedagang Pasca Bencana Kebakaran di Pasar Atas Kota Bukittinggi

Fadilla Amalia Putri

Jurusan Sosiologi, FISIP Universitas Andalas

Email: gusmalifdal@gmail.com

Abstract: Fires that occurred in the Upper Market of the City of Bukittinggi resulted in traders being moved to trade in the shelter market. This requires him to be able to survive and deal with the obstacles that are present when starting to trade again in the shelter market. The purpose of this study is to describe the forms of survival strategies undertaken by traders and the obstacles faced by traders in surviving post-fire disasters. This research was analyzed using social action theory (rational instrumental) proposed by Max Weber. This research uses a qualitative approach with descriptive type. To obtain relevant data and information in accordance with the objectives of the study, researchers had interviewed 16 informants. The results of this study indicate that there are 3 forms of strategies carried out by traders in surviving post-fire disasters, the first strategy is the active strategy, a strategy carried out by utilizing all the potential possessed by traders, the second strategy is a passive strategy, namely a strategy by minimizing expenditure, and the last strategy is, network strategy, which is a strategy carried out by utilizing the social network of traders. Constraints faced by trading again in the shelter market in the form of unsettled shelter market conditions for both buyers and traders, lack of information provided about the existence of the shelter market.

Keywords: Survival Strategy, Traders, Market Reconstruction

A. PENDAHULUAN

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.

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 pindahnya tempat berdagang ke pasar penampungan, kendala-kendala di pasar penampungan dan lainnya. Maka diperlukannya strategi yang harus dilakukan oleh para pedagang korban kebakaran agar tetap mampu mempertahankan eksistensinya sebagai pedagang pasca kebakaran Pasar Atas Kota Bukittinggi.

B. METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam metode penelitian ini adalah pendekatan penelitian kualitatif. Pendekatan kualitatif dipilih karena metode penelitian kualitatif berguna untuk mengungkapkan bagaimana penjelasan mengenai strategi bertahannya pedagang pasca bencana kebakaran. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk lebih memahami dan menganalisis fenomena dan

realitas sosial mengenai strategi-strategi yang dilakukan oleh pedagang dalam bertahan pasca kebakaran tersebut.

Sementara itu, tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah tipe penelitian deskriptif. Alasan peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dan tipe deskriptif karena dapat mengungkapkan proses kejadian secara mendetail, sehingga dapat diketahui strategi yang dilakukan oleh pedagang pasca bencana kebakarandan kendala-kendala yang dihadapi oleh pedagang tersebut dalam bertahan.

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 yaitu informan pelaku dan informan pengamat. Informan pelaku dalam penelitian ini adalah pedagang korban kebakaran pasar atas kota Bukittinggi, pedagang yang kehilangan barang dagangan dan tempat berdagang dan pedagang yang kembali berjualan di pasar penampungan pasca bencana kebakaran. Sementara informan pengamatnya adalah konsumen yang membeli barang dagangan di Pasar Atas Kota Bukittinggi sebelum bencana kebakaran dan konsumen yang membeli barang dagangan di pasar penampungan pasca bencana kebakaran.

Data Yang Diambil

Adapun data yang peneliti ambil di lapangan terdiri atas dua, yaitu data primer dan data sekunder. 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.

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.

Teknik Dan Alat Pengumpulan Data

Adapun untuk memperoleh data dan informasi yang sesuai dengan tujuan penelitian, maka penulis melakukan observasi dan wawancara mendalam.

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.

Wawancara Mendalam

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).

Unit Analisis

Unit analisis dalam rencana penelitian ini adalah kelompok yang terdiri dari kriteria yang ditentukan, yaitu kelompok (pedagang, pembeli, pelanggan, dan Dinas Pengelola Pasar Atas Bukittinggi).

Tinjauan Pustaka

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).

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) ; Sumber daya yang memiliki batasan, ada ketidakpastian mengenai kekuatan bersaing organisasi, komitmen terhadap sumber daya tidak dapat diubah lagi, keputusan-keputusan harus dikoordinasikan antar bagian sepanjang waktu dan 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 (*Copyjing strategis*) dalam mengatasi goncangan dan tekanan ekonomi dilakukan dengan berbagai strategi yaitu; strategi aktif, pasif dan jaringan. Strategi aktif adalah 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. 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. 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).

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.

A. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dibawah ini dijabarkan strategi aktif, pasif dan jaringan pedangan:

A. Strategi Aktif

Menarik Minat Pembeli

Bentuk-bentuk strategi pedagang dalam menarik kembali minat pembeli diantaranya:

a. Berdagang secara Online / *Online Shop*

Pedagang korban kebakaran Pasar Atas supaya mampu bertahan berdagang di pasar penampungan melakukan banyak strategi, salah satu diantaranya dengan berjualan secara online. Pedagang memilih menjual barang dagangan secara online dengan tetap berdagang secara *offline* di pasar penampungan dan menjual jenis barang dagangan yang sama. Toko online sebagai media promosi yang dilakukan supaya menambah minat dari pembeli di luar lingkungan pasar dikarenakan pasar penampungan yang sepi akan pengunjung.

Untuk dapat melakukan strategi ini, pedagang harus memiliki kemampuan berupa pengetahuan dalam mengelola aplikasi belanja online, sehingga mempermudah dalam berjualan secara online. Namun, tidak semua pedagang memiliki kemampuan ini, yang menyebabkan dia tidak memilih strategi ini untuk tetap bertahan.

b. Pemberian Diskon

Pedagang akan memberikan potongan harga jika pembelian barang dagangan dilakukan dalam jumlah yang banyak dan pemberian potongan harga pada waktu-waktu tertentu.

Pedagang memilih strategi pemberian diskon untuk menarik minat pembeli di pasar penampungan, dikarenakan kemampuannya berupa barang dagangan yang didapatkan dari pemasok yang lebih murah sehingga dapat memberikan pengurangan harga kepada pembeli.

Melakukan Promosi

Pedagang dalam memilih strategi dengan mempromosikan barang dagangan dikarenakan adanya kemampuan yang dimiliki oleh pedagang dalam mempengaruhi dan membujuk pembeli dalam mengambil keputusan untuk membeli barang dagangan yang dipromosikan, baik dilakukan secara lisan ataupun secara tulisan.

Mempercantik Kios

Mengingat luas kios yang hanya berukuran 2 m x 1,75 m, maka dengan mempercantik kios dapat membuat kios terkesan lebih luas. Contohnya, salah satu pedagang arloji di pasar penampungan yang bernama Bapak Heru. Beliau mempercantik kios dengan menempelkan stiker dan *wallpaper* dinding. Hal ini dilakukan sebagai strategi untuk membuat kios terlihat lebih menarik dibanding kios-kios yang lain yang hanya berwarna seragam dan tampak lebih rapi dan luas dengan stiker / *wallpaper* yang digunakan.

Melakukan Penataan Barang

Kondisi pasar penampungan yang hanya menyediakan kios dengan ukuran 2 m x 1,75 m untuk tiap-tiap pedagang, membuat pedagang harus pintar dalam *display* / penataan barang. Berdasarkan penelitian di lapangan didapatkan bahwa penataan barang yang dilakukan pedagang di pasar penampungan diantaranya seperti:

- a) Mengurangi jumlah estalase yang digunakan.
- b) Menggunakan rak kayu, dikarenakan lebih banyak menampung barang dagangan dari pada menggunakan estalase.
- c) Melipat barang dagangan supaya tidak membutuhkan tempat yang luas.
- d) Memanfaatkan depan kios untuk memajang sebagian barang dagangan.
- e) Memanfaatkan dinding kios untuk menggantung barang dagangan.

Mempertahankan Pelanggan

Pindahannya tempat berdagangnya, membuat banyak pedagang kehilangan para pelanggannya. Maka perlu bagi pedagang memiliki strategi supaya pelanggan tetap berlangganan kembali. Strategi yang dilakukan adalah dengan pemberian diskon.

Pedagang di pasar penampungan, selain memberikan diskon kepada pembeli, pedagang juga memberikan diskon kepada pelanggan. Hal ini dilakukan supaya pelanggan tetap berlangganan. Adanya harga khusus yang diberikan oleh pedagang untuk pelanggan tanpa pelanggan melakukan tawar menawar lagi. Potongan harga yang diberikan oleh pedagang berkisaran antara 10% sampai 15% dari harga normal yang diberikan kepada pembeli biasa.

Modifikasi dalam Berdagang

Modifikasi yang dimaksud dalam penelitian ini merupakan cara mengubah sesuatu dari yang kurang menarik atau kurang menguntungkan menjadi lebih menarik dan lebih menguntungkan dari yang sebelumnya. Modifikasi yang dilakukan oleh pedagang dalam bertahan seperti:

a. **Perubahan Jenis Barang Dagang**

Pedagang memilih untuk mengubah jenis barang dagangan yang diperdagangkannya karena merasa jenis dagangan yang diperdagangkan sekarang lebih cepat laku dari sebelumnya. Pedagang yang melakukan perubahan jenis barang dagangan ini kebanyakan mengubahnya dari dagangan yang bersifat sekunder menjadi primer, yaitu barang dagangan yang hanya dibutuhkan sebagian orang menjadi barang dagangan yang dibutuhkan oleh banyak orang. Contohnya: perubahan dari berdagang arloji menjadi berdagang jilbab, perubahan dari berdagang kacamata menjadi berdagang baju.

Pedagang yang melakukan strategi ini harus mampu menghadapi banyak perubahan dalam dunia bisnisnya. Pedagang diharuskan untuk memulai langkah baru untuk usaha dagangnya, mulai dari mencari dan mengganti pemasok barang, mengganti jenis barang yang diperdagangkan, mencari lagi pelanggan baru, serta mengubah strategi dalam berdagang.

b. **Mempertahankan Kualitas Barang**

Pedagang pasar penampungan memilih untuk tetap mempertahankan kualitas barang dagangan. Hal ini dilakukan karena ingin mempertahankan kepercayaan konsumen dan tidak membuatnya kecewa serta beralih ke pedagang yang lain.

c. **Selektif Memilih Mode Barang**

Pedagang korban kebakaran harus lebih selektif lagi untuk memilih barang yang akan diperdagangkan. Hal ini karena kurangnya modal yang dimiliki oleh pedagang sehingga hanya mampu untuk membeli persediaan barang yang sedikit sehingga pedagang harus pintar dalam memilih jenis barang dagangan yang diminati masyarakat. Pedagang tidak lagi membeli barang yang belum jelas laku atau tidaknya dengan maksud mencoba-coba, tetapi pedagang akan membeli barang dagangan yang memiliki kemungkinan akan laku di pasar. Kemungkinan akan lakunya barang dagangan di pasar dapat dilihat pedagang melalui tren / mode yang sedang menguat di masyarakat.

B. Strategi Pasif Pedagang

Bentuk strategi pasif dalam bertahan sebagai pedagang yang dilakukan oleh pedagang di pasar penampungan Kota Bukittinggi adalah:

Pengurangan Persediaan Barang Dagangan

Hal ini dilakukan dikarenakan modal yang dimiliki oleh pedagang yang sedikit, sehingga menyebabkan pedagang hanya mampu membeli persediaan barang dagangan dalam jumlah yang sedikit. Perekonomian pedagang yang menurun setelah bencana kebakaran membuat pedagang harus pandai berhemat

dan mengatur keuangan yang dimilikinya. Selain itu, pengurangan persediaan barang dagangan juga terjadi dikarenakan terbatasnya ruang kios yang sekarang untuk menampung jumlah persediaan barang dagangan yang sama seperti yang sebelumnya. Pedagang mengurangi jumlah persediaan barang berbeda-beda antar masing-masing pedagang. Namun, pengurangan yang dilakukan berkisar antara 25% sampai 75%.

Pengurangan Karyawan

Pengurangan karyawan disebabkan karena tenaga dari karyawan tidak lagi diperlukan oleh pedagang. Kios yang tidak terlalu luas dan penurunan angka penjualan membuat pedagang memutuskan untuk memberhentikan beberapa atau semua karyawannya. Pedagang berpendapat bahwa ia mampu untuk melayani pembeli sendiri tanpa bantuan karyawan. Selain itu pemberhentian karyawan juga karena pedagang yang tidak mampu lagi mengaji karyawan di saat kondisi perekonomiannya yang menurun pasca bencana kebakaran. Pengurangan jumlah karyawan berkisar antara 1 sampai 5 orang karyawan. Sehingga rata-rata pedagang di pasar penampungan sekarang hanya memiliki satu orang karyawan atau tanpa karyawan dan hanya pemiliknya saja yang melayani pembeli.

Pengurangan Jenis Barang Dagangan

Pedagang memilih untuk mengurangi jenis barang dagangan dan membuatnya fokus pada satu jenis barang dagangan saja untuk dijual. Pedagang memilih jenis barang dagangan yang dirasa akan cepat laku di pasar dan akhirnya memutuskan untuk mengurangi jenis barang dagangan yang dijual. Hal ini berlaku untuk pedagang yang sebelumnya, saat berdagang di Pasar Atas menjual barang dagangan lebih dari satu jenis. Sehingga saat berdagang di pasar penampungan, pedagang lebih memfokuskan pada satu jenis barang dagangan saja.

Pengurangan jenis barang dagangan dilakukan karena pedagang ingin meminimalisir angka pengeluarannya dalam berdagang. Sedikitnya modal yang dimiliki sehingga tidak bisa untuk membeli barang dagangan dengan jenis yang beragam sehingga pedagang memfokuskan untuk menjual satu jenis barang dagangan saja yang dirasa cepat laku di pasaran.

Contohnya: pengurangan jenis barang dagangan yang dilakukan oleh Ibu Sari, seorang pedagang kosmetik. Beliau yang semula berdagang kosmetik dan perlengkapan bayi, memilih untuk tidak lagi berdagang perlengkapan bayi dan lebih fokus berdagang kosmetik. Seperti kutipan hasil wawancara dengan Ibu Sari sebagai berikut:

“jenis barang dagangan ada yang dikurangi, dulu ibuk menjual kosmetik dan perlengkapan bayi, tetapi sekarang hanya kosmetik saja. Karena kosmetik lebih cepat lakunya dari perlengkapan bayi dan jika tetap menjual keduanya, modal yang dimiliki terbatas” (Wawancara, 11 Februari 2019).

Memanfaatkan Barang Sisa Kebakaran

Memanfaatkan barang yang masih layak untuk dijual kembali pasca kebakaran, akan membantu pedagang dalam meminimalisir pengeluaran yang akan dikeluarkan. Pedagang bisa menghemat uang yang seharusnya dipergunakan

untuk membeli barang dagangan dan peralatan baru. Dari wawancara yang dilakukan, bahwa sisa barang yang dapat diselamatkan dari bencana kebakaran berupa barang dagangan (komoditas), estalase dan peralatan berdagang lainnya.

Mengganti Pemasok Barang

Pedagang berusaha untuk mencari pemasok yang lebih murah menjual produknya dan mengganti pemasok dari yang sebelumnya. Contohnya kutipan wawancara yang dilakukan dengan Bapak Heru, seorang pedagang di pasar penampungan yang menjual arloji dan jam dinding sebagai berikut:

“ Saya mengganti pemasok, dulu arloji ini saya ambil hanya dari Pasar Aur, tetapi sekarang saya membelinya di Jakarta. Di Jakarta lebih murah, walaupun termahal di ongkos tetapi karna mengambilnya bareng sama teman, jadi lebih murah jika dibandingkan mengambilnya di Aur. Tetapi apabila mengambil dalam jumlah yang sedikit, seperti hanya melengkapi beberapa persediaan yang kurang, saya mengambilnya di Aur” (Wawancara, 11 Februari 2019).

Bapak Heru mengganti pemasok barang dagangannya, yang semula mengambil barang dagangan ke salah satu pedagang grosiran di Aur Kuning, tetapi setelah bencana kebakaran, beliau membeli barang dagangan ke Jakarta. Namun, hubungan dengan pemasok sebelumnya tidak terputus, dikarenakan beliau tetap mengambil barang dagangan ke Aur Kuning / pemasok lama jika pembelian dilakukan dalam jumlah yang sedikit dan tidak memungkinkan untuk membelinya ke Jakarta.

C. Strategi Jaringan

Strategi jaringan yang dilakukan oleh pedagang korban kebakaran di pasar penampungan, diantaranya seperti:

Bantuan Modal Pasca Kebakaran

Kondisi pedagang pasca bencana kebakaran mengalami penurunan perekonomian. Pedagang kehilangan barang dagangan dan tempat untuk berdagang. Untuk memulai kembali berdagang di pasar penampungan, maka pedagang membutuhkan modal usaha untuk memulai kembali usahanya. Berdasarkan hasil wawancara, pedagang mendapatkan bantuan modal usaha, diantaranya yaitu:

Bantuan dari Keluarga

Bantuan yang didapatkan berupa dana dan peralatan berdagang yang dapat digunakan untuk memulai usaha kembali oleh pedagang. Namun, selain bantuan berupa modal usaha dari keluarga, pedagang juga menerima bantuan moril, yaitu bantuan yang berupa dukungan batin. Dukungan untuk bisa tetap tabah dan bersemangat untuk melanjutkan usaha di pasar penampungan pasca kebakaran.

Bantuan dari Pemasok

Bantuan yang diterima oleh sebagian pedagang berupa keringanan bagi pedagang dalam membayar barang dagangan yang diambil dari pemasok, berupa memberikan tenggang waktu bagi pedagang untuk membayar. Pedagang diperbolehkan untuk mengambil dulu barang dagangan tanpa membayar dan dibayar ketika barang dagangan telah laku atau dalam batas waktu yang ditetapkan

antara pemasok dan pedagang. Selain itu, bantuan lain yang diterima sebagian pedagang berupa diperbolehkannya untuk menukar barang dagangan yang telah dibeli kepada pemasok.

Dibawah ini dijabarkan bentuk hubungan pedagang dengan pelanggan:

A. Hubungan Pedagang dengan Pelanggan

Bentuk hubungan yang terjalin antara pedagang di pasar penampungan dengan pelanggan diantaranya yaitu:

Bertukaran Nomor Whatts App

Untuk memudahkan komunikasi diantara mereka, pedagang dan pelanggan saling bertukaran nomor *whatts app*. Pedagang menjadi mudah menghubungi pelanggan untuk memberitahu apabila ada jenis barang dagangan baru atau menginfokan yang lainnya, begitu juga dengan pelanggan, menjadi mudah bertanya kepada pedagang mengenai barang dagangan sebelum bertemu secara langsung di pasar. Berbagi nomor *whatts app* ini juga dimanfaatkan oleh pedagang untuk menginfokan lokasi baru kios pasca bencana kebakaran.

Memberikan Pelayanan yang baik

Pedagang berusaha untuk memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan. Pelayanan yang baik itu berupa: a) bentuk ramah yang ditunjukkan oleh pedagang yaitu dengan pedagang mudah akrab dengan pelanggan dan luwes. Hal ini terlihat dengan tahunya pedagang mengenai keluarga, usaha, tempat tinggal pelanggan dan lainnya. Selain itu, sikap ramah pedagang juga terlihat ketika pedagang melayani pelanggan dengan selalu sopan dan tersenyum.

B. Hubungan dengan Sesama Pedagang

Penempatan kios yang dilakukan secara pengundian mengakibatkan pedagang memiliki tetangga baru dan berbeda dengan tetangga ketika berdagang di Pasar Atas. Perlu adanya adaptasi yang dilakukan oleh sesama pedagang terhadap lingkungan barunya. Namun di pasar penampungan, pedagang dapat dikelompokkan menjadi:

Pedagang Sering Berinteraksi

Berdasarkan hasil wawancara di lapangan, pedagang yang memiliki tetangga kios yang baru mengaku tidak terlalu sulit untuk beradaptasi. Hal itu karena kesamaan kondisi mereka sebagai pedagang korban kebakaran Pasar Atas. Selain itu, interaksi terjalin dengan lancar karena sifat dasar dari pedagang yang dikenal "*urang pasa banyak kawan*" dan rasa saling membutuhkan antara sesama, sehingga adaptasi mudah terjadi diantara sesama pedagang. Contoh interaksi yang sering terjadi diantara pedagang seperti: saling tolong menolong dalam memanggil pembeli, menukarkan uang, obrolan-obrolan ketika pasar sepi, menawarkan makanan, serta menitipkan kios ketika pergi sholat. Pedagang yang berinteraksi seperti ini berdagang di pasar penampungan yang berlokasi di parkir roda empat samping Gloria.

Pedagang Jarang Berinteraksi

Selain pedagang lancar dalam berinteraksi dengan pedagang yang lain di pasar penampungan, beberapa pedagang juga mengeluh jarang berinteraksi dengan pedagang lain. Hal ini dikarenakan sepinya pasar yang menyebabkan pedagang jarang berdagang, mereka lebih memilih untuk menutup kios mereka. Sehingga menyebabkan pedagang jarang berinteraksi bahkan ada yang tidak mengenal tetangga sekitar kios. Pedagang yang berinteraksi seperti ini berdagang di pasar penampungan yang berlokasi di Pasar Wisata, Pasar Putih dan Belakang Pasar.

C. Hubungan Pedagang dengan Pemasok

Hubungan baik yang terjalin antara pemasok dan pedagang dapat mendatangkan keuntungan bagi pedagang dan pemasok. Hubungan baik yang terjalin antara pedagang dan pemasok di pasar penampungan berupa:

Pemberian Keringanan Waktu Pembayaran

Supaya tetap berlangganan antara pedagang dan pemasok barang dagangan, pemasok barang memberikan keistimewaan untuk pedagang dengan diperbolehkan mengambil barang dagangan yang akan dijual terlebih dahulu dan diberi tenggang waktu untuk membayarnya. Tenggang waktu yang diberikan oleh pemasok berdasarkan kesepakatan antara pemasok dan pedagang atau dibayar setengahnya dulu dan setengahnya lagi dapat dibayar ketika pengambilan persediaan barang lagi ke pemasok. Ini sangat menguntungkan bagi pedagang.

Diperbolehkan Mengganti Mode Barang

Salah satu keuntungan lain yang diterima oleh pedagang karena menjalin hubungan baik dengan pemasok adalah diperbolehkannya menukar barang dagangan yang telah dibeli dikarenakan barang dagangan tersebut sulit untuk laku di pasaran. Pedagang diperbolehkan untuk mengganti dengan mode yang lain tetapi tidak diperbolehkan untuk menggantinya dengan uang dan dengan syarat barang yang dikembalikan tetap dalam keadaan bagus dan bisa dijual kembali.

Berikut kendala yang dihadapi pedagang dalam bertahan pasca bencana kebakaran di pasar penampungan:

1) Kondisi Pasar Penampungan

Kondisi Pasar yang Kurang Strategis

Pasar penampungan yang dibangun di 4 lokasi yang berbeda, memiliki tingkat strategis ruang yang berbeda pula, sehingga berpengaruh pada jumlah pengunjung yang berkunjung ke masing-masing pasar penampungan. Pasar penampungan yang berlokasi di parkir roda empat samping Bioskop Gloria memiliki pengunjung pasar yang lebih banyak dari pada pasar yang lain. Pengunjung pasar yang banyak didukung oleh letak lokasi pasar penampungan ini yang lumayan strategis, yaitu terletak di depan Mesjid Raya Kota Bukittinggi dan didepan akses jalan raya yang banyak dilewati. Selain itu, lokasi pasar yang lainnya dirasa memiliki lokasi ruang yang kurang strategis. Seperti pasar penampungan yang berlokasi di Pasar Wisata, hal ini dikarenakan letak pasar yang berada di

lantai dua sehingga banyak pengunjung yang enggan untuk berbelanja kesana. Begitu juga dengan pasar penampungan yang berlokasi di Pasar Putih, yang berada di lantai 3. Pasar penampungan yang berlokasi di Belakang Pasar, yang sebenarnya memiliki lokasi yang strategis karena dekat dengan Pasar Lereng, tetapi karena tertutupnya jalan masuk ke dalam pasar penampungan, membuat pasar ini sangat sepi dan banyak pengunjung yang tidak mengetahui lokasi pasar ini.

Kios dan Jalan Pasar Penampungan Sempit

Luas kios yang dibangun pemerintah daerah dengan ukuran 2m x 1,75m dirasa sempit oleh pedagang untuk melakukan proses jual beli di sana. Pedagang banyak mengeluh akan sempitnya kios yang dibangun karena terlalu terbatasnya ruang untuk menyusun barang dagangan.

Selain luas kios yang sempit, jalan pasar sebagai tempat lalu-lalangnya pengunjung pasar juga sempit. Ukuran jalan pasar penampungan yang hanya seluas 1,5 m menyebabkan sulitnya pengunjung berlalu lalang dan menawar barang dagangan. Pembeli melakukan proses tawar menawar dan membeli barang dagangan dilakukan di jalan pasar. Hal ini dikarenakan sempitnya kios sehingga tidak memungkinkan bagi pedagang untuk mempersilahkan pembeli untuk melihat-lihat barang dagangan dengan masuk ke kios, seperti halnya berdagang di Pasar Atas yang pedagang mempersilahkan pengunjung / pembeli untuk masuk ke toko untuk melihat-lihat barang dagangan yang ditawarkan pedagang.

Pasar Penampungan yang Bocor

Kondisi pasar yang bocor dikarenakan tidak adanya saluran pembuangan air hujan yang dibuatkan sehingga air masuk ke jalan pasar. Masuknya air ke jalan pasar mengakibatkan jalan pasar menjadi tergenang dan menyebabkan banjir.

Pasar Penampungan yang Panas

Pedagang selain mengeluhkan kondisi pasar yang bocor dan banjir ketika hujan, juga mengeluhkan kondisi pasar yang panas ketika musim panas. Panas yang dirasakan sangat terik dikarenakan sempitnya kios dan pasar penampungan. Sehingga pedagang banyak yang merasakan kegerahan ketika berdagang di pasar penampungan.

2) Kurangnya Informasi Mengenai Keberadaan Pasar Penampungan

Berdasarkan wawancara bersama pedagang dan pembeli, salah satu penyebab sepi pasar dikarenakan masyarakat kurang tahu mengenai keberadaan pasar penampungan. Masyarakat hanya mengetahui lokasi pasar penampungan dari bertanya-tanya kepada pedagang lain. Bahkan banyak dari masyarakat yang mengetahui bahwa pasar penampungan hanya dibangun di satu titik lokasi, yaitu pasar penampungan yang berada di parkir roda empat samping Gloria. Pasar penampungan yang lain sangat sedikit masyarakat yang mengetahui lokasi keberadaannya.

Pemberitahuan pasar penampungan kepada masyarakat hanya dilakukan dengan menempelkan spanduk didepan pasar penampungan dan hanya terdapat di pasar penampungan yang berlokasi di parkir roda empat samping Gloria. Minimnya informasi mengenai keberadaan pasar penampungan yang diberikan

kepada masyarakat sehingga mengakibatkan masyarakat tidak mengetahui adanya pasar penampungan yang telah dibangun sebagai tempat berdagang sementara pedagang korban kebakaran.

3) Kurangnya Modal untuk Memulai Kembali Usaha

Pasca kebakaran, selain kehilangan tempat berdagang, pedagang juga kehilangan barang dagangan dan peralatan yang digunakan untuk berdagang ketika berdagang di Pasar Atas. Hangusnya barang dagangan dan peralatan berdagang membuat pedagang harus membeli baru semua barang tersebut supaya bisa kembali berdagang. Namun, dengan perekonomian pedagang yang mengalami penurunan pasca bencana kebakaran, dikarenakan tidak adanya pendapatan yang dihasilkan, membuat pedagang kesulitan untuk mencari modal usaha. Akibat dari kurangnya modal yang dimiliki oleh pedagang, membuat pedagang kesulitan dalam membeli barang dagangan dan mengelola keuangan dalam berdagang.

4) Berkurangnya Pembeli dan Pelanggan

Pembeli dan pelanggan yang berkurang merupakan kendala utama yang dihadapi oleh pedagang. Berkurangnya pembeli / pelanggan ini dikarenakan pasar penampungan yang sepi akan pengunjung, baik di hari biasa ataupun di hari libur. Hampir keseluruhan pedagang di pasar penampungan mengeluhkan berkurangnya pembeli / pelanggan yang berbelanja ke kios. Menurunnya jumlah pembeli / pelanggan ini berkisaran antara 30% sampai 90%.

Menurunnya angka pembeli / pelanggan di pasar penampungan mengakibatkan menurunnya juga angka penjualan pedagang. Pedagang mengeluhkan hasil penjualan di pasar penampungan yang sangat jauh berbeda jika dibandingkan dengan berdagang di pasar yang dahulu, Pasar Atas.

B. KESIMPULAN

Penelitian bertujuan untuk mendeskripsikan bentuk-bentuk strategi bertahan yang dan mendeskripsikan kendala-kendala yang dihadapi pedagang dalam bertahan pasca bencana kebakaran. Dari hasil penelitian dan analisa data yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Bentuk-bentuk strategi bertahan yang dilakukan oleh pedagang pasca bencana kebakaran Pasar Bertingkat kawasan Pasar Atas Bukittinggi, dikelompokkan menjadi tiga macam strategi yaitu strategi aktif, strategi pasif, dan strategi jaringan.
2. Kendala yang dihadapi pedagang dalam bertahan pasca bencana kebakaran di Pasar Penampungan adalah kondisi pasar penampungan (lokasi pasar yang kurang strategis, kios dan jalan penampungan yang sempit, pasar penampungan yang bocor dan pasar penampungan yang panas), kurangnya informasi mengenai keberadaan pasar penampungan, kurangnya modal untuk memulai kembali usaha, dan berkurangnya pembeli dan pelanggan.

C. UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada seluruh informan di Pasar Atas Kota Bukittinggi yang telah bersedia mengalokasikan waktunya selama proses penelitian. Penulis juga mengucapkan ribuan terimakasih kepada para dosen pembimbing yang telah mengarahkan dan menjadi mentor selama pelaksanaan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Afrizal. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT.RajaGrafindo Persada.
- Damsar. 2002. *Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- . 2018. *Pengantar Sosiologi Pasar*. Jakarta: Prenada Media.
- Dinas Pengelolaan Pasar Bukittinggi. 2015. *Profil Pasar Atas, Pasar Bawah, dan Pasar Simping Aur Kota Bukittinggi*. Bukittinggi: Dinas Pengelolaan Pasar.
- Harsono, Diby. 1995. *Dampak Pembangunan Ekonomi (Pasar) terhadap Sosial Budaya Daerah Riau:Proyek Pengkajian dan Nilai-Nilai Budaya Riau*.
- Moleong, Lexy J. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Penerbit Rosda.
- Ritzer,George. 2011. *Sosiologi Ilmu Berparadigma Ganda*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Robbins,Stephen P & Coulter. 2010. *Manajemen Edisi Kesepuluh*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Skousen dan Stice. 2007. *Pengantar Akuntansi Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Solihin, Ismail. 2009. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Suharto, Edi. 2009. *Kemiskinan dan Perlindungan Sosial di Indonesia*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif,Kualitatif R&D*. Alfabeta: Bandung.
- Tjiptono,Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran edisi 3*. Yogyakarta: Andi.

Skripsi:

- Warsita, Dilla. 2015. "Dampak Sosial Ekonomi Pedagang Pasca Relokasi Pasar di Pasar Tradisional Kota Padang Panjang". Padang. *Skripsi Jurusan Sosiologi FISIP Universitas Andalas*.

Jurnal Ilmiah:

- Hayat, Muhammad. 2012. "Strategi Bertahan Hidup Pedagang Kaki Lima (PKL)". *Jurnal Sosiologi Efektif*. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Malang (UMM)
- Hidayah, Nur. "Strategi Bertahan Hidup Pedagang Asongan di Stasiun Lempuyangan Yogyakarta dan Balapan Solo, (online), (<http://www.staff.uny.ac.id>, diakses tanggal 11 Januari 2019).
- Sandra, Yulia. 2018. "Strategi Adaptasi Pedagang Pasa AtehBukittinggi Pasca Kebakaran di Pasar Penampungan". Padang. *Skripsi Jurusan Sosiologi Universitas Negeri Padang*.