

Kajian Perilaku Pedagang Kaki Lima Terhadap Pemanfaatan Ruang Pasar Dalihan Natolu Kota Padangsidempuan

Angga Izza Mahendra¹, Effan Fahrizal², Rinaldi Mirsa³, Dela Andriani⁴

¹Program Studi Arsitektur, Jurusan Teknik Sipil, Fakultas Teknik, Universitas Malikussaleh
Lhokseumawe, 24315, Indonesia

Email: angga.200160092@mhs.unimal.ac.id, effan@unimal.ac.id, rinaldi@unimal.ac.id,
delandriani@unimal.ac.id

Abstract (English)

The traditional market is one of the economic centres that plays an important role in people's lives, especially as a place of social interaction and trade. This study aims to analyse the behaviour of traders towards space utilisation in Dalihan Natolu Market, Padang Sidempuan City. Non-optimal space utilisation is often caused by the behaviour of traders who use areas that are not in accordance with planning, resulting in problems of accessibility, cleanliness, and comfort. This research uses descriptive qualitative methods with observation, interview, and documentation approaches. The research subjects included stall, los, and street vendors in the market. Data were collected through direct observation and interviews with traders and buyers. The results show that the behaviour of traders in utilising space has a direct impact on convenience and accessibility in the market. Street vendors often use unplanned spaces, such as roads and parking areas, causing congestion and mobility difficulties for visitors. In addition, poor waste management and lack of cleaning facilities cause the market to experience sanitation problems. However, social interaction among traders and buyers is well maintained, creating a vibrant market atmosphere. Recommendations from this study include rearrangement of space for traders, improvement of cleaning facilities, and stricter supervision of space utilisation in the market to create a more orderly, comfortable, and efficient environment.

Article History

Submitted: 27 November 2024

Accepted: 6 Desember 2024

Published: 7 Desember 2024

Key Words

Accessibility, Cleanliness, Traditional Market, Space Utilisation, Traders' Behaviour

Abstrak (Indonesia)

Pasar tradisional merupakan salah satu pusat ekonomi yang berperan penting dalam kehidupan masyarakat, terutama sebagai tempat interaksi sosial dan perdagangan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku pedagang terhadap pemanfaatan ruang di Pasar Dalihan Natolu, Kota Padang Sidempuan. Pemanfaatan ruang yang tidak optimal sering kali disebabkan oleh perilaku pedagang yang menggunakan area yang tidak sesuai dengan perencanaan, sehingga menimbulkan masalah aksesibilitas, kebersihan, dan kenyamanan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Subjek penelitian meliputi pedagang kios, los, dan kaki lima di pasar tersebut. Data dikumpulkan melalui pengamatan langsung dan wawancara dengan pedagang serta pembeli. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku pedagang dalam memanfaatkan ruang berdampak langsung pada kenyamanan dan aksesibilitas di pasar. Pedagang kaki lima sering kali menggunakan ruang yang tidak direncanakan, seperti jalan dan area parkir, yang menyebabkan kemacetan dan kesulitan mobilitas bagi pengunjung. Selain itu, pengelolaan sampah yang buruk dan kurangnya fasilitas kebersihan menyebabkan pasar mengalami masalah sanitasi. Namun, interaksi sosial di antara pedagang dan pembeli tetap terjaga dengan baik, menciptakan suasana pasar yang dinamis. Rekomendasi dari penelitian ini meliputi penataan ulang ruang bagi pedagang, peningkatan fasilitas kebersihan, serta pengawasan yang lebih ketat terhadap pemanfaatan ruang di pasar untuk menciptakan lingkungan yang lebih tertib, nyaman, dan efisien.

Sejarah Artikel

Submitted: 27 November 2024

Accepted: 6 Desember 2024

Published: 7 Desember 2024

Kata Kunci

Aksesibilitas, Kebersihan, Pasar Tradisional, Pemanfaatan Ruang, Perilaku Pedagang

1. Pendahuluan

Pasar adalah sebuah proses yang melaluinya para pembeli dan penjual berinteraksi untuk menentukan harga dan melakukan pertukaran barang dan jasa (Mantara, 2016) Pasar adalah

tempat publik yang ramai dan kompleks yang dikunjungi oleh banyak orang. Sangat penting bagi arsitek untuk memahami pola perilaku manusia dan kebutuhan ruang. Ini dilakukan untuk memberikan fasilitas terbaik bagi pembeli yang lebih singkat dan pedagang yang melakukan perdagangan jangka panjang (Haryadi & Setiawan, 2014). Saat ini banyak pasar tradisional di beberapa wilayah di Indonesia dilakukan revitalisasi, Revitalisasi dilakukan untuk memperbaiki pengembangan, pemberdayaan, dan kualitas pengelolaan pasar tradisional, yang membantu meningkatkan daya saing pasar tradisional dibandingkan dengan pasar modern.

Salah satu pasar tradisional di Kota Padangsidimpuan adalah Pasar Tradisional Dalihan Natolu. Pasar ini berlokasi di Sumatera Utara, Kota Padangsidimpuan, Kecamatan Padangsidimpuan Utara, Sadabuan. Berdiri pada zaman Orde Baru sekitar tahun 1976, Pasar Tradisional Dalihan Natolu Sadabuan menjadi salah satu mata pencaharian dan pemenuh kebutuhan sehari-hari masyarakat disana. Sehingga, pasar tersebut selalu ramai setiap hari untuk berbelanja memenuhi kebutuhan hidup.

Pemanfaatan ruang di Pasar Dalihan Natolu Sadabuan sering tidak sesuai rencana awal karena kebutuhan ekonomi pedagang dan keterbatasan fasilitas. Pedagang memanfaatkan ruang secara beragam, termasuk ruang yang sesuai rencana, kurang optimal, atau muncul secara spontan. Masalah utama seperti sanitasi buruk, sampah, kurangnya lahan parkir, dan kemacetan mengurangi kenyamanan pengunjung dan aksesibilitas. Penelitian diperlukan untuk memahami faktor dan perilaku pedagang dalam menggunakan ruang, guna menciptakan pengelolaan pasar yang lebih baik.

1.1. Pasar Tradisional

Pasar tradisional, menurut Permendag Nomor 21 Tahun 2021, merupakan tempat usaha yang ditata, dibangun, dan dikelola oleh Pemerintah atau Pemerintah Daerah, yang menjadi lokasi terjadinya proses tawar-menawar secara langsung antara penjual dan pembeli. Kemudian berdasarkan Permendag Nomor 53 Tahun 2008, pasar didefinisikan sebagai area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu, yang dapat mencakup berbagai jenis tempat perdagangan seperti pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan, atau sebutan lainnya.

Pasar tradisional merupakan pusat aktivitas ekonomi lokal yang menjadi tempat interaksi dinamis antara pembeli dan penjual melalui proses tawar-menawar. Selain sebagai tempat transaksi, pasar ini juga menjadi sumber penghidupan bagi masyarakat, terutama kelompok miskin, membantu mengurangi pengangguran, dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal (Wibowo et al., 2022).

Pasar tradisional di pedesaan sering terhubung dengan pasar di kota yang berfungsi sebagai pusat distribusi barang untuk pedagang dari desa sekitar. Meski berperan penting dalam menggerakkan ekonomi masyarakat, pasar tradisional menghadapi tantangan besar, termasuk kesenjangan persaingan dengan pasar modern akibat perbedaan modal (Masitoh, 2013) Namun, pasar tradisional juga memiliki kelebihan-kelebihan dibandingkan dengan pasar modern. Beberapa di antaranya adalah:

1. Di pasar tradisional, pembeli memiliki kesempatan untuk melakukan tawar-menawar harga dengan pedagang.
2. Harga yang ditawarkan sangat terjangkau.
3. Secara budaya, pasar tradisional merupakan tempat umum di mana terjadi interaksi sosial (Sahvitri, 2022).

Di otomi pasar tradisional dan modern sebenarnya tidak hanya muncul dari arsitektur bangunan dan pengelolaannya, namun juga dari pemahaman konsep pasar sebagai tempat terjadinya transaksi ekonomi. Konsep pasar dapat dipahami dari berbagai sudut pandang: ekonomi, sosial, budaya, bahkan politik. Dari sudut pandang ekonomi, konsep pasar (dalam arti luas tempat bertemunya permintaan dan penawaran) terbentuk sebagai salah satu implikasi dari proses perubahan masyarakat menuju masyarakat kapitalis (Febrianti, 2024).

1.2. Perilaku dalam Arsitektur

Menurut Hantono (2019), perilaku manusia mencerminkan aktivitas yang terjadi dalam interaksi sosial dan lingkungan, dengan teori behaviorisme yang berfokus pada pengamatan, pengukuran, dan prediksi perilaku. Teori belajar behavioristik memandang bahwa perilaku manusia sepenuhnya dipengaruhi oleh proses belajar yang dipengaruhi oleh lingkungan, tanpa menilai moralitas individu, melainkan melihat bagaimana faktor eksternal membentuk perilaku tersebut. Dalam pandangan behaviorisme, manusia dianggap sebagai makhluk yang memberikan respons terhadap lingkungan, di mana respons tersebut terbagi menjadi dua jenis: perilaku tertutup dan perilaku terbuka, berdasarkan stimulus yang diterima.

1. Perilaku tertutup adalah respons internal yang bersifat terselubung, seperti perhatian, persepsi, pengetahuan, atau kesadaran, yang tidak dapat diamati secara langsung oleh orang lain.
2. Perilaku terbuka adalah respons yang nyata dan dapat dilihat dengan jelas melalui tindakan atau praktik yang dilakukan oleh individu.

1.3. Faktor yang mempengaruhi Behaviorisme (Perilaku)

Hubungan antara perilaku manusia dan *setting* fisik merupakan interaksi dinamis yang saling memengaruhi. Menurut Ulinata (2019), perubahan *setting* yang disesuaikan dengan kegiatan tertentu dapat berdampak langsung pada perilaku manusia. Simamora (2008) menambahkan bahwa setiap perilaku manusia terbentuk oleh faktor-faktor stimulan, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang mendorong terjadinya suatu perilaku tertentu. Berikut adalah contoh dari faktor-faktor tersebut:

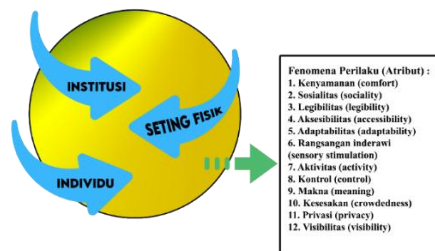
1. Faktor Kebudayaan yaitu faktor yang memiliki pengaruh paling mendalam terhadap perilaku konsumen, mencakup cara pandang dan kebiasaan yang dibentuk oleh kultur, sub-kultur, dan struktur kelas sosial dalam lingkungan pasar tertentu.
2. Faktor Pribadi, yaitu karakteristik individual seperti usia, posisi profesional, kondisi ekonomi, gaya hidup, kepribadian, dan konsep diri secara signifikan membentuk preferensi dan keputusan konsumen dalam berkonsumsi.
3. Faktor Psikologis, yaitu kebutuhan konsumen berkembang dari kondisi fisiologis dan biologis yang kompleks, seperti dorongan dasar akan rasa lapar, haus, serta kebutuhan psikologis yang lebih mendalam yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan konsumsi.

1.4. Perilaku sebagai Suatu Pendekatan Pemanfaatan Ruang

Fenomena perilaku muncul sebagai hasil interaksi antara manusia dan lingkungan fisiknya. Interaksi ini menghasilkan apa yang disebut sebagai *atribut*, yaitu kualitas lingkungan yang dirasakan oleh manusia sebagai bagian dari pengalamannya. Atribut ini merupakan hasil dari hubungan antara organisasi, individu, dan kondisi fisik tempat berlangsungnya interaksi tersebut. Pendekatan ini menekankan bahwa perbedaan dalam

norma, budaya, dan aspek psikologis masyarakat akan menghasilkan konsep serta bentuk ruang yang beragam (Rapoport, Amos, 1969).

Atribut mengacu pada kualitas lingkungan yang dirasakan sebagai pengalaman manusia, yang muncul dari hasil interaksi antara perilaku individu atau kelompok dalam suatu organisasi dengan pengaturan fisik sekitarnya (Weisman, 1981). Fenomena perilaku sendiri merupakan hasil dari hubungan antara manusia dan lingkungan fisiknya. Interaksi ini menghasilkan atribut, yang mencerminkan pengalaman manusia sebagai produk dari hubungan antara individu, organisasi, dan setting fisik.



Gambar 11. Model Sistem-Lingkungan Perilaku (sumber: Weismann,Gerald D, 1981)

Keterangan:

- Institusi: dimana individu melakukan tugasnya sehari-hari yang berupa kebijakan, pengelolaan.
- Seting fisik: kondisi fisik tempat kegiatan berlangsung terdiri dari komponen dan properti. Weisman (1981)
- Individu: pengguna seting fisik yang melakukan kegiatan.
- Fenomena perilaku berupa atribut Weismann, Gerald D (1981) dalam Dedi 2019:

- 1) Kenyamanan (*Comfort*): yaitu keadaan lingkungan yang sesuai dengan pancaindera dan antropometrik.
- 2) Sosialitas (*Sociality*)
yaitu kemampuan seseorang dalam melaksanakan hubungan dengan orang lain dalam suatu seting tertentu.
- 3) Aksesibilitas (*Accessibility*): yaitu kemudahan bergerak..
- 4) Adaptabilitas (*Adaptability*): yaitu kemampuan lingkungan untuk menampung perilaku yang berbeda.
- 5) Rangsangan inderawi (*Sensory Stimulation*): yaitu kualitas dan intensitas rangsangan sebagai pengalaman yang dirasakan.
- 6) Kontrol (*Control*): Merupakan kondisi suatu lingkungan untuk mewujudkan personalitas dan menciptakan teritori suatu ruang.
- 7) Aktivitas (*Activity*): yaitu perilaku yang terus menerus terjadi dalam suatu lingkungan.
- 8) Kesusakan (*Crowdedness*): yaitu perasaan kepadatan dalam suatu lingkungan.
- 9) Privasi (*Privacy*): yaitu kecenderungan seseorang untuk tidak diganggu oleh interaksi orang lain.

10) Makna (*Meaning*): yaitu kemampuan suatu lingkungan menyajikan maksud.

11) Legabilitas (*Legability*): yaitu kemudahan untuk mengenal elemen-elemen kunci dan hubungan dalam suatu lingkungan dalam menemukan arah.

2. Metode Penelitian

Metode dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penelitian ini fokus pada mengumpulkan data mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pemanfaatan ruang pedagang dan mengidentifikasi atribut perilaku mereka dalam membentuk ruang pasar Dalihan Natolu. Data penelitian diperoleh melalui wawancara, dokumentasi, dan analisis mendalam di lapangan, dengan tujuan memahami dinamika spasial dan perilaku pedagang dalam konteks pasar tradisional tersebut.

2.1. Lokasi Penelitian

Penelitian dengan judul “Kajian Perilaku Pedagang terhadap Pemanfaatan Ruang Pasar Dalihan Natolu Kota Padang Sidempuan” yang berlokasi pasar ini terletak di Kota Padang Sidempuan, Sumatera Utara, Kecamatan Padangsidimpuan Utara, Sadabuan, Indonesia.



Gambar 1. Lokasi penelitian (Penulis, 2024)

2.2. Variabel Penelitian

Populasi merupakan suatu objek atau elemen yang mencakup keseluruhan dari objek yang diteliti dan sedangkan sampel adalah bagian populasi yang diambil sebagai subjek dari penelitian, kategori sampel atau responden yang akan diambil di penelitian ini adalah pedagang kaki lima yang berjualan di Pasar Dalihan Natolu.

Tabel 1. Jumlah Sampel Penelitian

No.	Sampel	Jumlah
1	Pedagang Kaki Lima	20
2	Pembeli	10
	jumlah	30

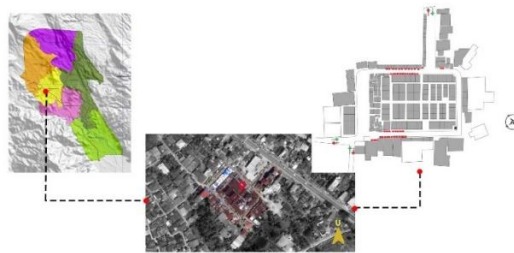
Menurut (Bogdan & Biklen, 1997) dalam bukunya yang berjudul "*Qualitative Research for Education: An Introduction to Theory and Methods*", menjelaskan bahwa metode penelitian kualitatif secara deskriptif adalah pendekatan riset yang bertujuan untuk menggambarkan fenomena sosial dengan detail. Pada metode ini digunakan untuk memahami suatu situasi atau peristiwa dalam konteks alamiahnya tanpa melakukan manipulasi atau pengaruh terhadap variabel-variabel tersebut.

Atribut perilaku yang akan penulis analisis yaitu:

1. Sosialitas (*Sociality*)
2. Aksesibilitas (*Accessibility*)
3. Adaptabilitas (*Adaptability*)
4. Kontrol (*Control*)
5. Aktivitas (*Activity*)

3. Hasil dan Pembahasan

Pasar Dalihan Natolu terletak di kawasan pemukiman masyarakat, menjadikannya pusat perbelanjaan utama bagi penduduk sekitar. Barang yang dijual di pasar ini terbagi menjadi dua kategori utama, yaitu dagangan basah dan kering. Dagangan basah mencakup daging, ikan, sayur-mayur, buah-buahan, bumbu masak, serta kebutuhan dapur lainnya. Sementara itu, dagangan kering meliputi pakaian, jajanan, perlengkapan rumah tangga, dan berbagai barang kebutuhan lainnya.



Gambar 1. Peta Pasar Tradisional Dalihan Natolu (Penulis, 2024)

Pasar Dalihan Natolu dikategorikan sebagai pasar wilayah berdasarkan jenis kegiatannya. Hal ini didukung oleh lokasinya yang strategis di sekitar pemukiman masyarakat, menjadikannya pusat perbelanjaan utama bagi penduduk setempat. Berdasarkan waktu operasionalnya, pasar ini beroperasi setiap hari dari pukul 06.00 -18.00 WIB. Dari segi status kepemilikan, Pasar Dalihan Natolu termasuk pasar pemerintah, karena pengelolaannya berada di bawah kendali pemerintah daerah.



Gambar 2. Suasana Pasar Dalihan natolu (Penulis, 2024)

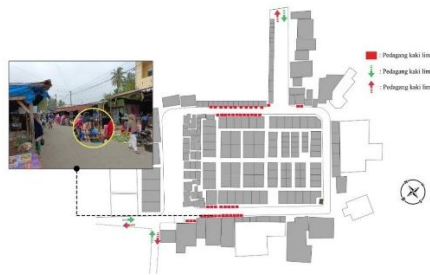
3.1. Perilaku Perilaku sebagai Suatu Pendekatan Pemanfaatan Ruang pada Pasar Dalihan Natolu

Pendekatan ini menekankan pentingnya memahami keragaman perilaku manusia dan masyarakat dalam memanfaatkan ruang, dengan memperhatikan bahwa norma, kultur, dan psikologi yang berbeda pada setiap daerah akan menghasilkan konsep dan wujud ruang yang unik. Menurut Amos Rapoport (1969), berbagai aspek perilaku manusia membutuhkan sejumlah atribut sebagai indikator untuk menganalisis bagaimana pedagang memanfaatkan ruang secara spesifik dan kontekstual.

1. Sosialitas (*sociality*)

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), sosialitas bisa diartikan sebagai sikap dan gaya hidup yang menunjukkan kemampuan berinteraksi dan beradaptasi dengan lingkungan sosial.

Perilaku pemanfaatan ruang oleh pedagang kaki lima (PKL) menunjukkan temuan penting terkait dimensi sosial yang terbentuk. Berdasarkan observasi dan wawancara, perilaku PKL dalam memanfaatkan ruang tidak hanya dipengaruhi oleh faktor ekonomi, tetapi juga membentuk konstruksi sosial yang kompleks di ruang publik. PKL di lokasi penelitian memperlihatkan perilaku yang lebih dari sekadar kepentingan ekonomi, dengan memilih lokasi strategis seperti pintu masuk pasar dan persimpangan jalan. Hal ini menciptakan ruang terbuka tanpa batasan fisik, yang mendorong terjadinya interaksi spontan dengan pembeli. Proses transaksi berlangsung dengan efisien dan komunikasi yang lancar, didominasi oleh penggunaan bahasa Batak. Interaksi ini tidak hanya berfungsi sebagai mekanisme jual-beli, tetapi juga sebagai ritual sosial yang memperkuat kohesi antaraktor. Kesamaan logat, kemudahan dalam bertransaksi, kesegaran produk, dan harga yang bersaing menjadikan interaksi antara PKL dan pembeli sebagai sebuah transformasi ruang fisik menjadi ruang sosial yang dinamis dan hidup. Di dalam ruang ini, pedagang dan pembeli secara bersama-sama membangun rasa kepemilikan terhadap ruang yang digunakan.



Gambar 4. kegiatan pedagang kaki lima pasar Dalihan Natolu (Penulis, 2024)

Hal ini menunjukkan bahwa di kawasan pedagang kaki lima (PKL), pemilihan lokasi strategis seperti area pintu masuk pasar dan persimpangan jalan sangat penting dalam menciptakan ruang sosial yang dinamis. Tanpa pembatas fisik, area berjualan ini memungkinkan interaksi spontan dan multi-arah antara pedagang, pembeli, dan antar pedagang, yang secara alami membentuk "kluster sosial." Sesuai dengan teori sosialitas Weismann, pedagang kaki lima bukan hanya pelaku ekonomi, tetapi juga agen sosial yang mengubah ruang publik menjadi arena interaksi kultural. Praktik tawar-menawar dan penggunaan bahasa lokal dalam transaksi menciptakan ikatan sosial yang lebih dalam daripada sekadar transaksi ekonomi, menjadikan ruang publik sebagai tempat pertukaran informasi dan pengetahuan lokal yang hidup dan dinamis.

2. Adaptabilitas (*Adaptability*)

Adaptabilitas dalam pasar tradisional mencerminkan kemampuan ruang untuk menyesuaikan diri dengan berbagai kebutuhan atau fungsi baru yang muncul akibat dinamika aktivitas pengguna. Pedagang kaki lima menjadi kelompok yang paling adaptif di Pasar Dalihan Natolu karena sifat aktivitas mereka yang tidak memiliki lokasi tetap. Mereka menunjukkan perilaku adaptif dengan mencari lokasi strategis seperti pintu masuk pasar, trotoar, atau jalur utama yang memiliki arus pembeli tinggi. Lokasi ini sering mereka pilih

untuk meningkatkan visibilitas barang dagangan, bahkan jika ruang tersebut tidak dirancang untuk aktivitas berdagang. Selain itu, pedagang kaki lima sering menggunakan peralatan portabel seperti meja lipat atau kotak barang yang memungkinkan mereka berpindah lokasi dengan cepat sesuai kebutuhan.

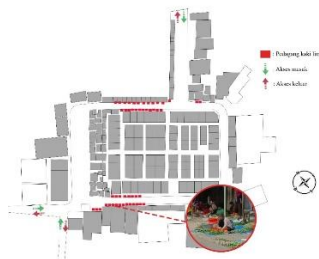


Gambar 5. Adaptasi Pedagang Kaki Lima (Penulis, 2024)

Namun, perilaku adaptif ini memiliki dampak signifikan terhadap ruang pasar. Pemanfaatan ruang yang tidak sesuai fungsi, seperti jalur sirkulasi dan trotoar, mengurangi kenyamanan pembeli dan mengganggu alur pergerakan di pasar. Kepadatan aktivitas di lokasi strategis juga menciptakan ketidakseimbangan distribusi ruang, di mana area dalam pasar yang jauh dari pintu masuk menjadi kurang diminati dan underutilized. Selain itu, sifat fleksibel pedagang kaki lima sering kali menimbulkan kesan tidak teratur, terutama ketika mereka memperluas area dagang ke luar batas yang telah ditentukan.

3. Aksesibilitas (*Accessibility*)

Aksesibilitas menjadi elemen krusial pengelolaan pasar tradisional. Keberadaan pedagang kaki lima memiliki pengaruh signifikan terhadap kemudahan akses di lingkungan pasar. Pengelola pasar sering mengabaikan aspek ini dalam penataan area perdagangan.



Gambar 6. Mapping pedagang kaki lima pada pasar Dalihan Natolu (Penulis, 2024)

Berdasarkan observasi, perilaku pemanfaatan ruang oleh PKL memiliki implikasi sosial yang signifikan terhadap pola aksesibilitas dan interaksi di lingkungan pasar ini. Pemanfaatan ruang oleh Pedagang Kaki Lima (PKL) ini menghasilkan transformasi sosial-ekonomi yang kompleks dalam lingkungan perkotaan. PKL tidak sekadar menduduki ruang publik seperti trotoar dan bahu jalan, melainkan menciptakan dinamika sosial yang unik melalui praktik spasial mereka. Meskipun keberadaan mereka menimbulkan hambatan fisik dan konflik penggunaan infrastruktur, penelitian menunjukkan bahwa PKL berperan signifikan dalam membangun jaringan sosial, menciptakan "ruang sosial" yang hidup, dan mengembangkan mekanisme adaptasi kolektif. Para pedagang bertindak sebagai "pusat informasi" yang memfasilitasi interaksi antarpengguna ruang, membentuk *micro-communities* yang mampu menyelesaikan konflik dan mempertahankan kohesi sosial. Paradoksnya, penyempitan ruang fisik justru meningkatkan intensitas interaksi personal,

mendorong pengembangan keterampilan navigasi sosial dan aturan sosial informal di antara pedagang, pembeli, dan pejalan kaki. Fenomena ini menggambarkan bagaimana ruang publik tidak sekadar arena fungsional, tetapi juga panggung dinamis di mana negosiasi sosial-ekonomi berkelanjutan terus berlangsung.

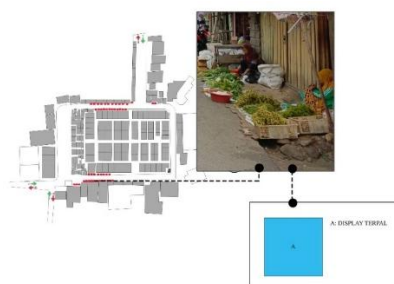


Gambar 7. Mapping area Pasar Dalihan Natolu (Penulis, 2024)

Berdasarkan Gambar 7, pedagang kaki lima (PKL) di Pasar Dalihan Natolu memilih lokasi berdagang strategis melalui kecerdasan spasial yang kompleks. Mereka memilih area dengan lalu lintas pembeli padat, memanfaatkan trotoar luas, dan menghindari area kurang bersih seperti sekitar tempat pembuangan sementara (TPS) atau area parkir. Secara sosial, PKL bertindak sebagai katalis yang menciptakan ruang publik dinamis, meskipun secara fisik mereka mengokupasi sebagian aksesibilitas, namun secara sosial mereka justru meningkatkan interaksi antarkelompok masyarakat, didorong oleh pertimbangan ekonomi dan kebiasaan historis dalam memilih lokasi berdagang.

4. Kontrol (Control)

Analisis terhadap pemanfaatan ruang oleh pedagang tradisional mengungkapkan fenomena menarik terkait dengan dimensi kontrol spasial. Observasi empiris menunjukkan bahwa keterbatasan dimensi ruang usaha, yang pada awalnya dapat dipersepsikan sebagai kendala, justru memfasilitasi mekanisme pengawasan yang lebih efektif dan efisien.



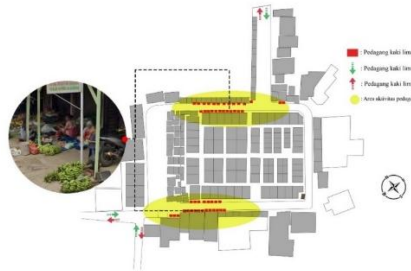
Gambar 9. Pedagang kaki lima (Penulis, 2024)

Suasana yang ramai dan dinamis di Pasar Dalihan Natolu, teritori menjadi aspek penting bagi eksistensi para pedagang kaki lima (PKL). Setiap pagi, mereka hadir dengan terpal berwarna-warni yang dibentangkan di atas trotoar atau tepian jalan. Terpal ini bukan hanya berfungsi sebagai alas untuk memamerkan dagangan, tetapi juga sebagai penanda teritorial yang memiliki makna mendalam bagi kehidupan pasar. Pembagian teritori ini tidak hanya diatur oleh batas fisik terpal, tetapi juga oleh aturan tidak tertulis yang telah mengakar dalam komunitas pedagang. Para pedagang baru memahami pentingnya menghormati "hak

prioritas" pedagang lama dalam pemilihan lokasi. Mereka juga belajar untuk menjaga jarak antar pedagang agar tidak terjadi persaingan yang tidak sehat dan untuk memastikan kenyamanan bagi para pembeli.

5. Aktivitas (*Activity*)

Pedagang tidak memiliki aktivitas lain selain berjualan. Ketika tidak ada pembeli, mereka mengisi waktu dengan melakukan aktivitas ringan, seperti membereskan barang dagangan, mengobrol dengan sesama pedagang, mengasuh anak, dan lain-lain.



Gambar 10. kegiatan pedagang kaki lima pasar Dalihan Natolu (Penulis, 2024)

Pedagang kaki lima umumnya berdagang di pagi hari. Mereka mulai datang ke pasar pada dini hari, sekitar pukul 05.30, untuk menyiapkan barang dagangan sebelum jam operasional pasar yang dimulai pukul 06.00. Tipikal pedagang kaki lima adalah yang menjual barang basah, seperti sayur-sayuran dan ikan, menjelang pukul 09.00, aktivitas jual beli mulai mencapai puncaknya. Para pedagang dengan terampil melayani pembeli, menimbang dagangan, dan melakukan tawar-menawar yang sudah menjadi budaya pasar. Keterampilan dalam bernegosiasi sangat penting, karena semakin baik mereka berinteraksi dengan pembeli, semakin besar peluang untuk meningkatkan penjualan. Selain itu, mereka juga harus pandai mengatur stok dagangan, karena barang basah seperti sayur dan ikan memiliki daya tahan yang terbatas. Kualitas dan kesegaran barang harus di perhatikan, pedagang dapat menjaga kepuasan pelanggan dan memastikan keberlangsungan usaha mereka.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, pedagang kaki lima yang selalu ramai hanya di pagi hari disebabkan oleh jenis dagangannya, yaitu sayur-sayuran dan ikan. Target utama para pedagang ini adalah pembeli ibu-ibu rumah tangga. Pada siang hari, aktivitas pedagang kaki lima mulai sepi karena stok barang dagangan mereka lebih sedikit dibandingkan pedagang lainnya. Selain itu, banyak pedagang kaki lima yang berasal dari luar kota, sehingga mereka harus mengikuti jam keberangkatan angkutan umum menuju pasar. Hal ini membuat mereka lebih memilih untuk berjualan di pagi hari, ketika permintaan masih tinggi dan persaingan dengan pedagang lain dapat diminimalkan.

4. Kesimpulan

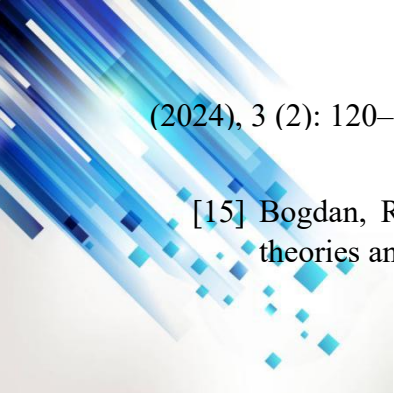
Penelitian ini mengkaji perilaku pedagang kaki lima (PKL) dalam pemanfaatan ruang di Pasar Dalihan Natolu, Kota Padangsidempuan, dan menemukan bahwa pemanfaatan ruang pasar ini tidak optimal. PKL secara adaptif memanfaatkan ruang pasar untuk kegiatan perdagangan meskipun sering melanggar perencanaan tata ruang. Mereka menggunakan area strategis seperti pintu masuk pasar, trotoar, dan area parkir, yang menyebabkan kemacetan, mengurangi aksesibilitas, serta menciptakan ruang yang diperebutkan antara pedagang dan

pengguna publik. Selain itu, minimnya pengelolaan sampah dan rendahnya kesadaran kebersihan berkontribusi pada kondisi lingkungan yang kurang sehat. Di sisi lain, keterbatasan ruang dan cuaca mendorong PKL untuk berinovasi menggunakan terpal dan lapak fleksibel, yang memperkuat ikatan sosial di antara mereka melalui interaksi intensif, termasuk penggunaan bahasa Batak, sehingga menciptakan kohesi komunitas yang kuat.

Aplikasi dari temuan ini dapat digunakan sebagai dasar untuk merancang tata kelola pasar yang lebih inklusif, dengan mempertimbangkan kebutuhan ruang yang fleksibel dan ramah terhadap pedagang kecil. Implikasinya, perlu ada kebijakan pengelolaan pasar yang tidak hanya menegakkan aturan tata ruang tetapi juga meningkatkan kesadaran sanitasi dan menyediakan fasilitas perdagangan yang mendukung keberlanjutan. Penelitian lebih lanjut disarankan untuk mengeksplorasi model pengelolaan pasar berbasis partisipasi komunitas yang mengintegrasikan nilai-nilai lokal seperti kohesi sosial dalam perencanaan dan pelaksanaannya.

Referensi

- [1] Mantara, I. B. J. (2016). Pasar Tradisional di Jalan Cokroaminoto Denpasar (BAB II). 8–40. <https://sinta.unud.ac.id/uploads/wisuda/1204205115-3-9. BAB II.pdf>
- [2] Haryadi, & Setiawan, B. (2014). *Arsitektur, Lingkungan dan Prilaku: Pengantar ke Teori, Metodologi dan Aplikasi* (2nd ed.). Gadjah Mada University Press.
- [3] Permendag Nomor Tahun 2021. (2021). PERMENDAG NOMOR 21 TAHUN 2021.pdf (pp. 9–10).
- [4] 31160516_Permendag_Nomor__53_Tahun_2008.pdf. (n.d.). http://jdih.kemendag.go.id/backenxdx/image/regulasi/31160516_Permendag_Nomor__53_Tahun_2008.pdf
- [5] Wibowo, F., Khasanah, A. U., & Putra, F. I. F. S. (2022). Analisis Dampak Kehadiran Pasar Modern terhadap Kinerja Pemasaran Pasar Tradisional Berbasis Perspektif Pedagang dan Konsumen di Kabupaten Wonogiri. *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 53–65. <https://doi.org/10.23917/benefit.v7i1.16057>
- [6] Sahvitri, I. L. (2022). Peran Bisnis Jual Beli Online Dalam Peningkatan Perekonomian Keluarga. *Greenomika*, 3(2), 67–80. <https://doi.org/10.55732/unu.gnk.2021.03.2.3>
- [7] Bambang 2005. *Manajerial ekonomi*, universitas Trisakti. Jakarta, hal 161- 162
- [8] Febrianti, Firda, “PT. Media Akademik Publisher PERAN PENGUSAHA DAN PENGELOLA PASAR DALAM PENGEMBANGAN PASAR TRADISIONAL DI SDOARJO,” *Jma*, 2.6 (2024), 3031–5220
- [9] Hantono, D. (2019). Kajian perilaku pada ruang terbuka publik. *Jurnal nalars*, 18(1), 45–56. <https://doi.org/10.24853/nalars.18.1.45-56>
- [10] Ulinata. (2019). Penerapan Arsitektur Perilaku pada Perancangan Rumah Susun bagi Nelayan (Studi Kasus: Lorong Proyek Kelurahan Bagan Deli Kecamatan Medan Belawan Sumatera Utara). *Scale*, 6(2), 118–135. <https://doi.org/10.33541/scale.v6i2.44>
- [11] Simamora, B. (2008). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- [12] Rapoport, Amos. 1969. “House Form and Culture”. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- [13] Weisman, G. D. (1981). Modelling Environment Behavior System. A Brief Note. *Journal of Man-Environment Relations*, 1(2), 32–41.
- [14] Altman, I. (1975). *The Environment and Social Behavior: Privacy, Personal Space, Territory, Crowding*. Brooks/Cole Publishing Company.



- [15] Bogdan, R. C., & Biklen, S. K. (2007). Research for education: An introduction to theories and methods.