

## **Semarak Bisnis Ritel Di Kota Padang: Perubahan Gaya Hidup Masyarakat Kota Tahun 1990-an**

**Ririn Pradita Tania<sup>1(\*)</sup>, Yelda Syafrina<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Departemen Sejarah Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Padang

(\*)[ririnpradita097@gmail.com](mailto:ririnpradita097@gmail.com)

### **ABSTRACT**

This study examines the Lively Retail Business in the City of Padang: Changes in the Lifestyle of City People in the 1990s. The purpose of this research is first to reveal the early history of the emergence of the retail business until it reaches the very rapid development it is today. The second explains the changes in the lifestyle of the people of Padang City in the 1990s as an important factor in the development of the retail business in the city of Padang. This study uses historical research methods covering four stages, namely heuristics (searching for and collecting data), source criticism, interpretation (interpreting or giving meaning to historical facts or evidence) and historiography (history writing). The primary source was obtained from the Perindagtanben Office in the form of documents. The results of the study show that the initial appearance of the retail business in the city of Padang came from the initiative of local entrepreneurs who saw significant opportunities in this business. In addition, this study also found that in the early 1990s the people of Padang were very familiar with modern retail.

**Keywords : Retail, Lifestyle Changes, Padang City**

### **ABSTRAK**

Penelitian ini mengkaji tentang Semarak Bisnis Ritel Di Kota Padang: Perubahan Gaya Hidup Masyarakat Kota Tahun 1996-an. Tujuan penelitian ini *Pertama* yaitu ingin mengungkap sejarah awal kemunculan bisnis ritel hingga mencapai perkembangan yang sangat pesat seperti sekarang. *Kedua* menjelaskan perubahan gaya hidup masyarakat Kota Padang tahun 1990-an sebagai faktor penting berkembangnya bisnis ritel di kota Kota Padang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian sejarah meliputi empat tahap yaitu heuristik (mencari dan mengumpulkan data), kritik sumber, interpretasi (menafsirkan atau memberi makna fakta-fakta atau bukti sejarah) dan historiografi (penulisan sejarah). Sumber primer didapatkan dari Dinas Perindagtanben berupa dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemunculan awal bisnis ritel di kota Padang berasal dari inisiatif pengusaha lokal yang melihat peluang dari usaha ini cukup signifikan. Selain itu penelitian ini juga menemukan bahwa di awal tahun 1990-an masyarakat kota Padang sudah sangat familiar dengan ritel modern.

**Kata Kunci : Ritel, Perubahan Gaya Hidup, Kota Padang**

### **PENDAHULUAN**

Pada saat ini, ritel telah mengalami perubahan, yaitu terjadinya peralihan dari konsep toko lokal yang independen menjadi toko-toko berskala nasional dan internasional dalam bentuk pusat dunia yang modern. Peraturan Menteri Perdagangan RI nomor: 70/M-DAG/PER/12/2013 Pasal 1 (6) menjabarkan bahwa Toko modern adalah toko dengan pelayanan sistem mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk Minimarket, Supermaret, Departement Store, Hypermarket ataupun grosir yang berbentuk perkulakan. Perizinin Ritel Berjaring Alfamart dan

Indomaret dapat dilihat pada tahun 2007 Pemerintah mengeluarkan Peraturan Presiden No 112 tahun 2007 tentang Penataan dan latihan pasar tradisional, pusat dunia dan Toko modern.

Bisnis ritel di Kota Padang bisa dibbilang unik dari pada daerah lain di Indonesia. Ini disebabkan tidak ditemukannya gerai minimarket milik pengusaha Tionghoa Alfamart dan Indomaret dimana cabang dari merek dagang tersebut ditemukan tersebar di seluruh Indonesia baik di kota-kota besar maupun yang jauh di pedalaman. Ketiadaan pengecer besar ini membuat pasar terbuka luas bagi masyarakat lokal yang ingin membuka usaha ritel. Di setiap sudut Kota Padang didapati minimarket dan swalayan dengan merek lokal. Adanya permintaan izin waralaba untuk mendirikan Alfamart dan Indomaret di Provinsi Sumatera Barat yang membuat masyarakat khususnya pedagang tidak menyetujui jika ritel berjaring itu di berikan izin masuk ke daerah ini. Hal ini dikarenakan beberapa hal sebagai berikut: Harga Barang, Pilihan Barang Dagangan, Pelayanan, Kenyamanan. Dengan adanya beberapa alasan tersebutlah diperkirakan bahwa ritel lokal akan kalah dengan ritel modern yang berkembang saat ini. Untuk menjaga perekonomian masyarakat Kota Padang, maka Pemerintah Daerah melarang untuk berdirinya Bisnis Waralaba di daerah tersebut, seperti yang tertera dalam, Perda No. 3 Tahun 2016 yang dibentuk oleh Pemerintah bersama DPRD Provinsi Sumatera Barat karena Pemerintah Provinsi Sumatera Barat ingin meningkatkan peran dan fungsi pasar rakyat sebagai tempat transaksi produk pertanian dan UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) di Provinsi Sumatera Barat agar dapat mendorong PE (Pertumbuhan Ekonomi) masyarakat nagari atau desa di Provinsi Sumatera Barat.

Di kota Padang ritel modern sudah ada sejak tahun 1996 (<http://scholar.unand.ac.id> diakses tanggal 6 Juni 2013) dan sampai saat ini sudah puluhan ritel modern yang beroperasi di kota Padang mulai dari bentuk Minimarket sampai Supermarket. Ritel modern tidak hanya memenuhi kebutuhan belanja saja, tetapi juga sebagai tempat hiburan. Berdasarkan observasi atau pengamatan langsung di lapangan, ritel modern minimarket di kota Padang dijadikan sebagai tempat tongkrongan mulai dari kalangan anak muda bahkan orangtua sekalipun, dengan didukung oleh adanya Coffee Shop dan tempat makan yang di fasilitasi Wifi. Hal ini berguna untuk menarik simpati konsumen untuk bisa berbelanja di minimarket tersebut.

Sejauh ini studi tentang Bisnis Ritel Di Kota Padang cenderung lebih menganalisis, Pertama, Efektivitas Ritel Minang Mart (NALIEN, E. M. (2020), Sari, D. K., & Fadhilaturrahmi, F. (2020), MASRUL, H. P. (2019). Kedua, Faktor-faktor Penghambat Ritel Berjaringan Masuk ke Kota (Balqis, M. (2018). Ketiga, Pengaruh Keberadaan Alfamart dan Indomaret (Fadilla, D., Wahida, A., & Hapid, H. (2023). Keempat, Analisis Brand Equity Merek Supermarket di Kota Padang Muhammad, R. (2016).

Berbeda dengan penelitian sebelumnya, riset ini ditujukan untuk menjelaskan potensi dan perkembangan bisnis ritel di kota Padang dilihat dari perubahan gaya hidup masyarakat kota di tahun 1990an. Penelitian ini penting untuk menjelaskan perubahan-perubahan yang terjadi dalam kehidupan masyarakat kota Padang dalam pesatnya pembangunan di era modern Orde Baru (<https://pustakauinib.ac.id> diakses tanggal, 9 Juni 2023).

## **METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian sejarah. Metode penelitian sejarah adalah proses mempelajari dan menganalisis sejarah catatan kritis dan sisa-sisa masa lalu.

Rekonstruksi imajinatif berdasarkan informasi yang diperoleh dengan menyusuri dari masa lalu proses yang disebut historiografi (penulisan sejarah). Adapun beberapa tahapan historiografi adalah Heuristik (mengumpulkan data), Verifikasi (kritik sumber), Interpretasi (penafsiran) dan Historiografi (penulisan sejarah).

Pertama, Heuristik adalah dimana penulis mencari dan mengumpulkan data serta sumber-sumber yang relevan dari sumber tertulis maupun sumber lisan dengan melibatkan langsung masyarakat sebagai pelaku atau konsumen di minimarket Kota Padang. Data didapatkan penulis melalui informasi dari arsip/dokumen yang terdapat di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Padang tahun 2017. Dalam memperoleh data mengenai penelitian ini Peneliti mewawancarai pengusaha ritel dan konsumen. Selain itu, penulis juga memperoleh informasi dari koran-koran lokal seperti Singgalang dan Haluan. Studi Pustaka merupakan pengumpulan data melalui buku-buku yang relevan dengan permasalahan penelitian. Penulis mendapatkan sumber dari Perpustakaan Pusat UNP, Perpustakaan Fakultas Ilmu Sosial UNP dan Labor Jurusan Pendidikan Sejarah FIS UNP. Kedua yaitu kritik sumber. Dalam dunia penelitian disebut juga dengan pengelolaan dan analisis data. Kritik sumber dilakukan dengan dua cara yaitu kritik secara ekstern dan intern. Pada kritik ekstern penulis menguji keaslian arsip atau dokumen yang berkaitan dengan Bisnis ritel di kota Padang. Pengujian data tersebut dilakukan terhadap keadaan fisik dari arsip/dokumen yang didapat. Untuk kritik intern digunakan untuk mendapatkan kredibilitas atau kebenaran sumber. Caranya yaitu dengan membandingkan satu sama lain berbagai macam sumber yang ditemukan sehingga dapat diperoleh sumber yang terpercaya. Ketiga yaitu Interpretasi dengan cara menghimpun data yang terkumpul kemudian memilih dengan menyeleksi data yang dianggap relevan dengan kajian penelitian, sehingga data atau fakta tersebut dapat disusun sebagai suatu kisah sejarah.

Langkah terakhir adalah penulisan Sejarah (Historiografi), merupakan tahap akhir dimana data yang telah melalui tiga tahap sebelumnya, kemudian dipaparkan dalam bentuk tulisan secara sistematis menjadi sebuah karya yang berbentuk skripsi nantinya

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Sejarah Kemunculan Bisnis Ritel di Kota Padang**

Di Indonesia sendiri merupakan sebuah negara yang memiliki masyarakat dengan jumlah konsumsi yang cukup tinggi. Masyarakat Indonesia itu sendiri merupakan masyarakat yang tergolong dalam masyarakat modern sehingga mereka dapat menghabiskan banyak waktu yang mereka miliki di pusat dunia. Kehidupan modern yang serba praktis dengan intensitas interaksi yang minim. Begitu pula gaya hidup drastis mengalami perubahan yang selalu mengikuti pola serba modern seperti misalnya, makanan mereka, cara berpakaian, yang secara tidak langsung meninggalkan pasar tradisional yang merupakan aset ekonomi daerah sekaligus perekat hubungan sosial dalam masyarakat dan kebudayaannya yang secara turun menurun. Mereka menikmati kehidupan yang mewah dan tergolong rakus dalam mengonsumsi komoditas sebagai alat penunjang gaya hidupnya. Gambaran dari pola konsumsi yang bahasa di atas pertunjukan bahwa mereka cenderung mengonsumsi barang guna untuk wakil identitas dan gaya hidup semata. Awal munculnya konsumsi itu sendiri terjadi pada tahun 1990-an, tentunya dengan perkembangan dari masyarakat konsumen itu sendiri (Ketut, 2015).

Di Indonesia sendiri, konsep mengenai gaya hidup lahir di era 1990-an. Gaya hidup tersebut

lahir karena akibat oleh adanya globalisasi dibidang industri media. Masyarakat Indonesia yang tergolong sebagai masyarakat konsumen di zaman tersebut lambat laun akan mulai tumbuh seiring pertumbuhan ekonomi global. Hal ini dapat ditandai dengan semakin menjamurnya pusat dunia, industri dibidang fashion, kecantikan, kuliner, gosip, dengan semakin disukainya produk asing, banyaknya makanan cepat saji, dan beberapa faktor lainnya yang merupakan efek dari gaya hidup yang akibatnya dari iklan dan televisi. Sebuah gaya hidup merupakan sesuatu yang dibentuk, diciptakan, dijiplak kemudian didaur ulang sehingga dapat habis dalam kehidupan manusia, terutama masyarakat yang berada di dunia konsumsi dan budaya populer. Hal inilah yang saat ini terjadi di Kota Padang, dimana dengan hidup modern membuat masyarakat memiliki konsumsi yang cukup tinggi dan gaya hidup sesuai dengan pertumbuhan ekonomi global (Octaviana, 2020).

Bisnis ritel di Kota Padang mulai bermunculan sejak tahun 1996 dan sebagian besar dikelola oleh pribumi yang ada di daerah tersebut. Pribumi itu dikenal juga dengan orang Minang. Orang Minang dikenal sebagai kelompok etnis yang aktif dan pandai dalam perdagangan sehingga dikenal dengan saudagar Minang (<http://scholar.unand.ac.id> diakses tanggal 20 Juni 2023). Kemasyhuran tersebut yang di dapat oleh masyarakat Minang tidak terlepas dari cara mereka berdagang. Karakteristik jiwa perdagangan masyarakat Minang sudah mendarah daging dalam bangun usaha sehingga membuat mereka tumbuh menjadi pengusaha besar yang mampu bersaing dengan pengusaha-pengusaha lainnya (Iswadi & Fadri, 2021).

Kota Padang merupakan kota yang mengalami perkembangan bisnis ritel yang pesat. Bisnis ritel ini berkembang dikarenakan tidak adanya ritel berjaring besar seperti Indomaret dan Alfamart yang beroperasi di daerah ini. Dengan ketiadaan ritel berjaring besar tersebut, membuka peluang besar bagi peritel lokal dalam mengembangkan usaha sehingga muncul berbagai merek minimarket dan swalayan milik pengusaha lokal Kota Padang. Di Kota Padang bisnis ritel ini sudah ada sejak tahun 1996 dengan berbagai brand yang berbeda dan dimiliki oleh peritel yang berbeda.

Berikut ini dapat dilihat perkembangan bisnis ritel minimarket yang ada di Kota Padang dari tahun 1996-2019:

Tabel 1.1 Daftar Ritel Minimarket di Kota Padang

No	Ritel	Tahun Operasi	Jumlah
1	Citra Swalayan	1996	23
2	Singgalang Swalayan	1999	2
3	Yosi Supermaket	2000	3
4	Hore Swalayan	2001	1
5	Rili Swalayan	2001	3
6	Rezky Swalayan	2002	1
7	Rio Swalayan	2003	1
8	Wahyu Swalayan	2011	2
9	Bigmart Swalayan	2012	7
10	Budiman	2014	16
11	Senang Swalayan	2015	1
12	Daya Mart	2016	1
13	Minang Mart	2016	15
14	Aciak Mart	2019	8

Sumber : Dinasperindagtanben Kota Padang (2017)

Perkembangan bisnis ritel di Indonesia terus menunjukkan perkembangan yang positif,

termasuk di Kota Padang. Berdasarkan data Dinas Perindagtanben 2017, terlihat sejak tahun 1996 hampir setiap tahun muncul minimarket, satu bahkan dua minimarket diberbagai lokasi-lokasi strategis di Kota Padang. Perkembangan pasar modern di Kota Padang memberikan lebih banyak alternatif bagi konsumen untuk memilih tempat berbelanja untuk memenuhi kebutuhannya. Pesatnya pertumbuhan ritel menyebabkan persaingan dalam dunia ritel semakin ketat, sehingga setiap peritel harus bersaing untuk memenangkan persaingan. Semua akan berusaha meningkatkan kualitas dan pelayanan dengan cara yang seoptimal mungkin untuk membawa makna positif bagi konsumen.

Seiring dengan meningkat dan majunya perekonomian secara global, termasuk di Kota Padang, masyarakat memiliki kecenderungan untuk berbelanja di pasar yang dikelola secara modern. Masyarakat dengan gaya hidup modern pada era sekarang ini lebih cenderung ke pasar dengan pengelolaan yang modern, mudah, bersih, nyaman, praktis dan memiliki pilihan barang yang lengkap. Maka tidak heran mengapa minimarket di Kota Padang banyak bermunculan, karena bertambahnya jumlah penduduk dan kekuatan daya beli masyarakat yang meningkat oleh karena perubahan tren, sehingga pebisnis melihat ada potensi untuk membuka bisnis ritel dan menyebabkan perubahan dalam pola berbelanja masyarakat Kota Padang yang pada awalnya hanya berbelanja di Pasar Tradisional.

Dimana suasana belanja di minimarket yang lebih modern, mudah, bersih, nyaman, praktis membuat masyarakat Kota Padang untuk tertarik belanja di minimarket. Selain suasana belanja yang mendukung, terdapat juga label harga yang tercantum dalam barang yang memudahkan masyarakat untuk bisa mengetahui harga dari barang yang dia beli, sehingga masyarakat dapat menyesuaikan dengan uang yang dibawa dalam belanja, kemudian didukung juga dengan adanya diskon atau promosi saat belanja di minimarket. Untuk harga barang pun sangat terjangkau dibandingkan belanja di pasar atau warung. Belanja di minimarket juga memiliki waktu yang fleksibel, sehingga bagi para pegawai yang tidak mempunyai waktu yang banyak dapat berbelanja ke minimarket, dan jenis barang yang dijual pun termasuk lengkap. Hal ini membuat minat masyarakat Kota Padang untuk belanja ke minimarket yang semakin melonjak (Kholifatun, 2020)

Perkembangan bisnis ritel di Kota Padang dengan brand yang berbeda tentunya ada faktor pendorong hal tersebut bisa terjadi. Dalam menjalankan bisnis tidak bisa dipungkiri bahwa ada persaingan. Persaingan tersebut disebabkan oleh adanya pendatang baru. Dengan adanya pendatang baru membuat industri lebih kompetitif dan tercipta banyak sekali inovasi. Untuk mengembangkan usahanya peritel mengamati keunggulan yang dimiliki oleh peritel lain sehingga terciptanya inovasi untuk bersaing dalam menawarkan barang dan jasa kepada pelanggan. Faktor lain yang menyebabkan ritel lokal di Kota Padang berkembang karena banyak sekali pemasok barang yang membuat harga produk lebih bersaing sehingga peritel menjual barang mereka lebih murah (Khairi, 2022).

Dalam memenangkan persaingan dalam dunia ritel, para peritel di Kota Padang memperhatikan tren perilaku belanja masyarakat misalnya semakin meningkatnya pendapatan yang memberikan banyak pilihan bagi konsumen untuk membelanjakan uangnya, meningkatnya tuntutan terhadap kemudahan dan kenyamanan dalam berbelanja, meningkatnya orientasi terhadap nilai dalam berbelanja (<https://repository.uinbanten.ac.id>)

Dalam menjalankan kegiatan bisnis ritel dapat menjadi dasar untuk keunggulan bersaing,

keunggulan ini harus bisa dipertahankan dalam jangka waktu lama dan berkelanjutan. Untuk mengembangkan keunggulan dalam bersaing yang bertahan lama misalnya kesetiaan konsumen, lokasi, manajemen sumber daya manusia, sistem distribusi dan informasi, barang dagangan yang unik, hubungan pedagang dan penjual, dan layanan konsumen (Fauza, 2017).

Pengusaha lokal Guspari Gaus adalah salah satu perintis jaringan usaha bisnis ritel minimarket dengan merek dagang Citra. Ia membangun usaha Citra pada tahun 1985, ia mempunyai jiwa dagang yang kuat diturunkan oleh ayahnya sehingga melekat dalam dirinya. Menurutnya, berdagang adalah sebuah kebutuhan. Guspari membangun usaha Citra dimulai dari sebuah toko buku tahun 1985 diberi nama Pustaka Citra dengan modal sendiri dan pas-pas an dalam artian barang yang dijual seadanya. Dengan modal sendiri dan usaha kecil, toko buku ini hanya berjalan selama 1 tahun. Lalu beliau berpikir bahwa bisnis yang dia jalankan tidak bisa menjadi sandaran hidup keluarganya, kemudian beliau menjadi seorang dosen di IAIN Imam Bonjol. Seiring sebagai dosen dan menjalankan usaha dengan sungguh-sungguh akhirnya usahanya berkembang dan modal semakin membengkak, ditambah pemasok barang dan loss area toko yang bertambah (Wawancara dengan Bapak Radian Fikri Guspari, Mei 2023).

Tahun 1992 melihat kepada kebutuhan pokok yang menjadi kekuatan sehingga menjadi toko buku dan swalayan dengan nama Citra, Toko Buku dan Swalayan. Kemudian diubah lagi tahun 1996 menjadi minimarket dengan nama Citra Swalayan yang menjual kebutuhan pokok, alat-alat tulis, minuman, dan kebutuhan khusus lainnya. Tahun 2017, dimunculkan konsep baru dengan bentuk supermarket yaitu Grand Citra Supermarket. Tahun 2021 dihadirkan perubahan dimana desain dalam, tampilan, pencahayaan, tata letak barang, logo dan warna diubah dengan memunculkan 3 warna, merah Citra Mart, Biru Citra Swalayan, Hijau Grand Citra Supermarket karena masing-masing memiliki target market dan variasi barang yang berbeda. Tahun 2023 akan dibuka sistem franchise dengan nama Citra Express dengan warna Kuning di bulan Juni tidak jauh berbeda dengan bentuk ritel berjaring besar. Bisnis yang dikelola beliau termasuk dalam bisnis yang diturunkan dari generasi ke generasi yang sekarang dikelola oleh anaknya bernama Radian Fikri Guspari dan merupakan usaha milik sendiri tanpa sistem franchise (Wawancara dengan Bapak Radian Fikri Guspari, Mei 2023).

Proses yang dialami tidaklah cepat, namun yang paling penting dalam membangun usaha adalah adanya passion (suka dan senang), karena dengan passion maka akan ada kesungguhan dan keseriusan dalam menjalankan usaha. Strategi beliau dalam menjalankan bisnis ini, pertama dengan harapan orang-orang yang dilapangan mempunyai nilai yang sama dengan beliau. Kedua, membangun sistem yang baik. Sehingga orang-orang dan sistem itu bagian dari kaca, yang saling mengaca dan menegur akibatnya operasion berjalan dengan baik. Orang sebagai yang mengkloning dan sistem sebagai pengawas gerak-gerik.

Pada tahun 1998, krisis moneter yang terjadi di Indonesia adalah hal yang menguntungkan bagi beliau, karena sebelum terjadinya krisis moneter beliau dan istrinya banyak membeli barang dengan rupiah yang kecil. Sehingga, ketika krisis moneter terjadi, barang yang sama mengalami kenaikan nilai sehingga tidak mendapatkan dampak dari krisis moneter tetapi malah dikuatkan.

#### Tren Belanja dan Gaya Hidup Modern Sebagai Pendorong Perkembangan Bisnis Ritel

Selama pemerintahan Orde Baru wajah kota Padang mengalami perkebangan dalam pembangunan infrastruktur termasuk pusat-pusat belanja. Perubahan gaya hidup konsumen dari

berbelanja di pasar tradisional ke pasar modern dalam perilaku membeli barang ritel diantaranya di pengaruhi oleh kemudahan dan penjaminan mutu dari pasar modern. Faktor penyebab masyarakat lebih memilih berbelanja ke pasar modern dibanding di pasar tradisional adalah menurunnya kinerja pasar tradisional selain disebabkan oleh adanya pasar modern, penurunannya justru lebih disebabkan oleh lemahnya daya saing pasar tradisional (Devy Pramudiana, 2017).

Pada umumnya usaha ritel tertuju pada penjualan barang sehari-hari yang dibagi dalam 2 jenis yaitu usaha ritel tradisional dan usaha ritel modern. Ritel tradisional umumnya bersifat sederhana, tempat berbelanja tidak terlalu puas, barang yang dijual tidak terlalu luas, barang yang dijual tidak terlalu banyak variasinya, sistem pengelolaan yang masih sederhana, tidak ada kenyamanan berbelanja dan masih ada proses negosiasi pada penjualan harga produk dengan pedagang, dan produk yang dijual tidak ditampilkan secara terbuka sehingga pelanggan tidak mengetahui apakah peritel memiliki barang yang dicari pelanggan atau tidak. Sedangkan usaha ritel modern sebaliknya, menawarkan tempat berbelanja yang luas, barang yang dijual banyak variasinya, sistem manajemen terkelola dengan baik, menawarkan kenyamanan dalam berbelanja, harga jual sudah tetap sebagai akibatnya tidak ada proses negosiasi dan sistem pelayanan mandiri, dan pemajangan produk pada rak terbuka sehingga pelanggan bisa melihat, memilih produk sebelum memutuskan membeli produk tersebut. Di pasar tradisional kegiatan yang dilakukan hanya sekedar transaksi jual beli barang saja, namun tidak memperhatikan keamanan serta kenyamanan pengunjung sehingga aktivitas berbelanja di pasar tradisional membuat konsumen merasa tidak nyaman, jenuh serta bosan.



Sumber: Arsip Foto Pasar Raya Kota Padang Tempo Doeloe Tahun 1990-an

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa perubahan pasar raya kota Padang pada tahun 1988 dan 1989, dimana sebuah perusahaan swasta membarui pasar raya Padang fase VII sebagai Plaza Duta; lantai III ditambah serta lantai 2 dan 3 diperbaharui menggunakan AC, Eskalator, ubin putih dan pada depannya diberi cermin kaca gelap. Blok Pasar Raya Barat yang telah didesain pada masa kolonial telah berangsur rusak akibat dimakan waktu, dirobuhkan ditahun 1990 dan diganti dengan bangunan baru yang didesain asal lantai keramik putih dengan toko-toko serta daerah parkir. Beberapa blok lain dengan toko-toko dibangun di sekitar pasar, sejalan menggunakan ide Thomas Karten. Blok-blok pasar yang baru ini sebagiannya didukung dengan dana Inpres, dana pembangunan yang disediakan oleh pemerintah pusat (Zusmelia, 2015).

Pusat perbelanjaan juga mengalami perkembangan sejalan dengan kemajuan di bidang teknologi. Pusat perbelanjaan saat ini telah berevolusi asal sumbernya menjadi sentra konsumsi beralih sebagai aspirasi dan gaya hidup konsumen, bukan hanya sebatas tempat untuk melakukan pembelian produk saja, akan tetapi telah berubah fungsi menjadi tempat rekreasi yang menarik, menyenangkan, aman, nyaman, dan dapat dipercaya. Pembangunan sentra perbelanjaan modern

dianggap memberikan dampak positif bagi kota terutama jika dilihat dari sudut pandang ekonomi, di samping itu juga dianggap berkontribusi bagi perkembangan kota.



Sumber: Harian Singgalang terbit tanggal 17 April 2004

Meningkatnya jumlah perdagangan saat ini dapat dilihat dari maraknya eksistensi pusat perbelanjaan modern seperti minimarket, supermarket, hypermarket, hingga mall. Pusat perbelanjaan di kota Padang mengalami perkembangan. Duta Plaza yang sekarang tidak aktif lagi adalah pusat perbelanjaan modern pertama di Kota Padang yang berdiri pada era 1980-an. Pada dasawarsa 1990-an tempat ini diisi oleh perusahaan ritel Matahari Department Store. Gerai Matahari tersebut kini sudah berhenti beroperasi karena gedungnya rusak berat akibat gempa bumi pada tahun 2009 dan kebakaran pada tahun 2011. Basko Grand Mall pusat perbelanjaan modern ini mulai beroperasi pada tahun 1995 dengan nama Minang Plaza. Pada tahun 2009, mal ini diintegrasikan dengan Western Basko Hotel, sekarang Premier Basko Hotel, hotel berbintang lima pertama di Padang dan berganti menjadi Basko Grand Mall. Damar Plaza termasuk salah satu pusat perbelanjaan tertua di Kota Padang, meskipun masih beroperasi hingga saat ini, pusat perbelanjaan berukuran kecil ini tidak lagi begitu populer. Plaza Andalas merupakan pusat perbelanjaan modern terluas di Kota Padang yang mulai beroperasi pada tahun 2006. Ritel terbesar yang menempati mal ini adalah Ramayana Department Store. Terdapat pula bioskop jaringan nasional Cinema XXI. Living Plaza Padang dibangun oleh Kawan Lama Sejahtera dan mulai beroperasi pada tahun 2018. Pusat perbelanjaan ini menyediakan berbagai perlengkapan rumah tangga dengan ritel Ace Hardware, Informa, dan Chatime. Pusat perbelanjaan ini terintegrasi dengan Rocky Hotel, sebuah hotel berbintang empat di Kota Padang. Ritel terbesar yang menempati mal ini adalah Suzuya. Sahabat Jaya Sentosa (SJS) Plaza adalah sentra perdagangan elektronik dan supermarket yang terdiri dari tiga lantai. Sentral Pasar Raya (SPR) awalnya merupakan pusat grosir yang dikonsepsi menjadi Tanah Abang-nya Kota Padang. Namun setelah dibangun ulang akibat rusak parah karena gempa bumi 2009, pusat perbelanjaan ini berubah menjadi mal biasa dengan nama SPR Plaza, yang juga ditempati pedagang enceran dan perusahaan ritel, termasuk di antaranya Matahari Department Store. Transmart Padang mulai beroperasi pada tahun 2017. Pada pusat perbelanjaan ini terdapat hipermarket Carrefour, Trans Studio Mini, bioskop Cinema XXI, dan sejumlah tenant seperti Imperial Kitchen, Wendy's, dan Coffee Bean. (<https://p2k.stekom.ac.id> diakses tanggal 24 Mei 2023)

Pada tahun 1990an-2009 sebelum gempa melanda kota Padang 30 September 2009. Masyarakat cenderung berbelanja di Matahari Department Store. daripada pasar raya. Bagi masyarakat kota padang berbelanja di Matahari merupakan sebuah kebanggaan tersendiri. Pada saat itu Matahari Department Store menjadi tempat favorit perbelanjaan karena merupakan Mall

pertama di Kota Padang sebelum Basko Grand Mall berdiri tahun 1995. Dengan lokasi Matahari Department Store yang berada di pusat kota dan berdekatan dengan pasar raya, masyarakat yang tadinya ingin berbelanja di pasar raya, berubah pikiran untuk berbelanja ke Matahari Department Store. Alasan berbelanja ke Matahari Department Store karena barang yang dijual lebih lengkap, suasana belanja nyaman, adanya area permainan bagi anak-anak, dan adanya tempat nonton. Setelah gempa terjadi di kota Padang, sempat mengalami kehilangan tempat perbelanjaan, oleh karena Matahari Department Store tidak lagi beroperasi di lokasi pasar raya, namun berada di pusat perbelanjaan lain seperti di Basko Grand Mall dan SPR (Sentral Pasar Raya). (Wawancara dengan Ibu Lasma (56), Mei 2023)

## **KESIMPULAN**

Keberadaan bisnis ritel di kota padang tahun 1996-2022 muncul dan berkembang disebabkan oleh ketiadaan bisnis ritel berjaring besar seperti Indomaret dan Alfamart yang beroperasi di kota Padang. Di Kota Padang bisnis ritel ini sudah ada sejak tahun 1996 dengan berbagai brand yang berbeda dan dimiliki oleh peritel yang berbeda. Masyarakat dengan gaya hidup modern pada era sekarang ini lebih cenderung ke pasar dengan pengelolaan yang modern, mudah, bersih, nyaman, praktis dan memiliki pilihan barang yang lengkap.

Dalam memenangkan persaingan dalam dunia ritel, para peritel di Kota Padang memperhatikan tren perilaku belanja masyarakat misalnya semakin meningkatnya pendapatan yang memberikan banyak pilihan bagi konsumen untuk membelanjakan uangnya, meningkatnya tuntutan terhadap kemudahan dan kenyamanan dalam berbelanja, meningkatnya orientasi terhadap nilai dalam berbelanja. Untuk mengembangkan keunggulan dalam bersaing yang bertahan lama misalnya kesetiaan konsumen, lokasi, manajemen sumber daya manusia, sistem distribusi dan informasi, barang dagangan yang unik, hubungan pedagang dan penjual, dan layanan konsumen.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Arsip Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Padang

A.A. Ketut. (2015). PASAR MODERN DAN PASAR TRADISIONAL DALAM GAYA HIDUP MASYARAKAT DI KABUPATEN TABANAN, PROVINSI BALI

Devy Pramudiana, I. (2017). PERUBAHAN PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT DARI PASAR TRADISIONAL KE PASAR MODERN. *ASKETIK*, 1(1).  
<https://doi.org/10.30762/ask.v1i1.409>

Fauza, M. (2017). *PROGRAM STUDI S2 EKONOMI ISLAM*.

Gottchalk, Louis. 1975. *Mengerti Sejarah*. Jakarta: Universitas Indonesia.

Harian Singgalang terbit tanggal, 17 April 2004

<https://pustakauinib.ac.id> diakses tanggal, 9 Juni 2023)

(<https://p2k.stekom.ac.id> diakses tanggal 24 Mei 2023)

<https://repository.uinbanten.ac.id>.

(<http://scholar.unand.ac.id> diakses tanggal 20 Juni 2023).

(<http://scholar.unand.ac.id> diakses tanggal 6 Juni 2013).

Informan, Redian Fikri Guspari, BSc, MIM, Ph.D, pengusaha ritel, Padang, Mei 2023

Informan, Lasma, konsumen, Padang, Mei 2023

Iswadi, I., & Fadri, Z. (2021). MODEL PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MINANGKABAU DITINJAU DARI ASPEK EKONOMI. *Ijtima'iyya: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 14(1), 91–104. <https://doi.org/10.24042/ijpmi.v14i1.7188>

Khairi. (2022). Analisis Industri Ritel Di Kota Padang Tanpa Keberadaan Dua Waralaba Ritel Indomaret dan Alfamart

Kholifatun. (2020). ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMILIH TEMPAT BELANJA

Octaviana, R. (2020). *KONSUMERISME MASYARAKAT MODERN DALAM KAJIAN HERBERT MARCUSE*. 5(1)

Peraturan Daerah Provinsi Sumatera Barat No. 3 Tahun 2016

Peraturan Menteri Perdagangan R.I Nomor : 70/M-DAG/PER/12/2013 Pasal 1

Peraturan Presiden No 112 tahun 2007 tentang Penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern.

Zed, Mestika. 2003. Metode Penelitian Sejarah. Padang: UNP.

Zusmelia. (2015). DINAMIKA RUANG EKONOMI TRADISIONAL DI KOTA PADANG (Studi Perubahan Penggunaan Ruang Ekonomi Tradisional di Pasar Raya Padang Pasca Bencana 2009